

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет соціології і права

Кафедра соціології

«На правах рукопису»

УДК _____

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Павло КУТУЄВ

«___» _____ 20__р.

Магістерська дисертація

на здобуття ступеня магістра

за освітньо-професійною програмою

«Врегулювання конфліктів та медіація»

зі спеціальності 054 «Соціологія»

**на тему: «Висвітлення гендерних конфліктів у засобах масової
комунікації»**

Виконала:

Студентка VI курсу, групи СЛ-91мп

Назадєнко Ксенія Сергіївна _____

Науковий керівник:

Доцент кафедри соціології, к. філос. н., доцент

Коломієць Тетяна Володимирівна _____

Рецензент:

Викладач кафедри теорії і практики управління, к. держ. упр.

Божок Ольга Ігорівна _____

Засвідчую, що у цій магістерській
дисертації немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних посилань.

Студентка _____

**Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»**

Факультет соціології і права

Кафедра соціології

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Спеціальність – 054 «Соціологія»

Освітньо-професійна програма – «Врегулювання конфліктів та медіація»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Павло КУТУЄВ

«__» _____ 20__ р.

**ЗАВДАННЯ
на магістерську дисертацію студенту**

Назадено Ксенії Сергіївни

1. Тема дисертації «Висвітлення гендерних конфліктів у засобах масової комунікації», науковий керівник дисертації Коломієць Тетяна Володимирівна, доцент кафедри соціології, кандидат філософських наук, затверджені наказом по університету від «11». 11. 2020 р. № 3279-с.

2. Термін подання студентом дисертації 15.12.2020.

3. Об'єкт дослідження – гендерний конфлікт.

4. Предмет дослідження – дослідження поняття гендерного конфлікту та висвітлення даної тематики в засобах масової комунікації.

5. Перелік завдань, які потрібно розробити:

- визначити поняття конфлікту та гендеру в соціологічній науці;
- дослідити види та підходи до вивчення гендерних конфліктів;
- висвітлити типологію гендерних стереотипів і гендерних груп у сучасному суспільстві;
- віднайти причини гендерної нерівності, яку висвітлюють у засобах масової комунікації;
- описати парадигми розуміння гендерних конфліктів у засобах масової комунікації;

- виділити важливість конструювання реальності засобами масової комунікації, а зокрема через сприйняття журналістів і транслявання його суспільству;
- передати смисл гендерно-коректної комунікації, її сенс у засобах масової комунікації;
- виокремити семіотичні аспекти у ЗМК;
- розглянути світовий індекс гендерного розриву та перспективи суспільства в цьому контексті;
- зробити контент-аналіз обраних джерел українських засобів масової комунікації;
- підтвердити або спростувати гіпотези проведеного дослідження.

6. Орієнтовний перелік графічного (ілюстративного) матеріалу – відсутній.

7. Дата видачі завдання: 5.10.2020.

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Термін виконання етапів магістерської дисертації	Примітка
1.	Визначення напрямку дослідження	Вересень 2019	
2.	Формування джерельної бази дослідження	Вересень – листопад 2019	
3.	Складання розгорнутого плану	Листопад 2019	
4.	Написання вступу до роботи (визначення об'єкту, предмету, мети та завдань)	Грудень 2019 – січень 2020	
5.	Підготовка і написання I розділу дисертації «Теоретичні підходи дослідження гендерних конфліктів»	Січень – квітень 2020	
6.	Написання II розділу «Конструювання розуміння гендеру та відображення гендерних конфліктів у засобах масової комунікації»	Травень – серпень 2020	
7.	Підготовка програми та інструментарію дослідження	Вересень – жовтень 2020	
8.	Проведення дослідження та аналіз зібраних даних	Жовтень 2020	
9.	Написання III розділу «Висвітлення гендеру та гендерних конфліктів у ЗМК» методом контент-аналізу», висновків та коригування списку літератури	Жовтень – листопад 2020	
10.	Написання реферату магістерської дисертації	Листопад 2020	
11.	Передача магістерської дисертації на кафедру	Грудень 2020	

Студентка

Ксенія НАЗАДЕНКО

Науковий керівник дипломної роботи

Тетяна КОЛОМІЄЦЬ

АНОТАЦІЯ

Назадєнко К. С. Висвітлення гендерних конфліктів у засобах масової комунікації. — На правах рукопису.

Магістерська дисертація за спеціальністю 054 Соціологія. — Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», кафедра соціології. — Київ, 2020. — 73 с., список джерел з 35 найменувань.

Дисертація присвячена проблемі висвітлення гендерних конфліктів у засобах масової комунікації. В роботі узагальнено теоретичні положення, методичні підходи стосовно поняття гендеру та гендерних конфліктів і на основі цього узагальнення виявлено чинники, що зумовлюють певні способи та шляхи висвітлення гендерних конфліктів у засобах масової комунікації. Окрема увага приділена причинам виникнення цих способів і шляхів у рамках ЗМК. Третій розділ магістерської дисертації присвячено якісному соціологічному дослідженню, яке було проведено авторкою дисертації, а саме контент-аналіз на тему «Висвітлення гендеру та гендерних конфліктів у ЗМК». В даній роботі викладена програма дослідження та аналіз результатів.

Ключові слова: гендер, гендерний конфлікт, гендерна нерівність, засоби масової комунікації.

ABSTRACT

Nazadenko K. S. Coverage of gender conflicts in the media. - On the rights of the manuscript.

Master's dissertation on specialty 054 Sociology. - National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute», Department of Sociology. - Kyiv, 2020. - 73 p., list of 35 literacy references used.

The dissertation is devoted to the problem of coverage of gender conflicts in mass media. The work summarizes the theoretical provisions, methodological approaches to understanding gender and gender conflicts and on the basis of this generalization identified factors that determine the different ways and means of covering gender conflicts in the backfill of mass communication. Particular attention is paid to the causes of these methods and ways within mass media. The third chapter of the Master's dissertation is devoted to qualitative sociological research conducted by the author of the dissertation, namely content analysis on «Coverage of gender and gender conflicts in mass media». This work outlines the program of research and the findings of analysis.

Key words: gender, gender conflict, gender inequality, mass media.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ КОНФЛІКТІВ

1.1 Поняття, типологія гендерних конфліктів 9

1.2 Методи та підходи дослідження гендерних конфліктів.....25

РОЗДІЛ 2. КОНСТРУЮВАННЯ РОЗУМІННЯ ГЕНДЕРУ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ КОНФЛІКТІВ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ (ЗМК)

2.1 Конструювання розуміння гендеру в ЗМК 32

2.2 Відображення гендерних конфліктів у ЗМК37

РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ «ВИСВІТЛЕННЯ ГЕНДЕРУ ТА ГЕНДЕРНИХ КОНФЛІКТІВ У ЗМК» МЕТОДОМ КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ

3.1 Програма дослідження56

3.2 Аналіз результатів контент-аналітичного дослідження 60

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

1. Актуальність теми.

Гендер є важливим фактором розвитку. Це спосіб розглянути, як соціальні норми та структури влади впливають на життя та можливості, доступні різним групам чоловіків і жінок.

Відповідно до звіту про світовий розвиток WDR (2012), гендер визначається як соціально-побудовані норми та ідеології, що визначають поведінку та дії чоловіків і жінок. Розуміння цих гендерних відносин та динаміки влади, яка стоїть за ними, є необхідною умовою розуміння доступу та розподілу ресурсів людей, здатності приймати рішення та способу впливу на жінок та чоловіків.

Порівняно з чоловіками, жінки контролюють менше політичних та економічних ресурсів, включаючи землю, зайнятість та традиційні посади влади. Отже, визнання та включення цих гендерних нерівностей у програми та аналізи є надзвичайно важливими як з точки зору прав людини, так і для максимізації впливу та соціально-економічного розвитку. Гендерна рівність також важлива для стійкого миру, і існує все більше емпіричних доказів, що вищий рівень гендерної нерівності пов'язаний з вищими ризиками внутрішніх конфліктів.

Хоча було досягнуто прогресу у висвітленні питань і досвіду жінок у програмах розвитку, національних законах і політичних рішеннях, увага до гендеру часто буває непослідовною. Крім того, виділяється недостатньо коштів для забезпечення того, щоб гендерна рівність була важливою частиною цих програм та політики. Багато вчених та практиків стверджують, що мета «гендерної рівності» – зміни нерівних, несправедливих відносин влади – в основному ігнорується.

Справедливе відображення гендеру в ЗМК повинно бути професійним та етичним прагненням, подібним до поваги точності, справедливості та

чесності. Проте незбалансований гендерний образ широко поширений. Глобальний проект моніторингу ЗМК виявляє, що жінки частіше, ніж чоловіки, описуються жертвами новин і визначаються відповідно до сімейного статусу. Жінки також набагато рідше за чоловіків потрапляють у заголовки світових новин і на них покладаються як на «представників».

Стереотипи також поширені в повсякденних ЗМК. Жінки часто зображуються виключно як домогосподарки та доглядальниці сім'ї, залежні від чоловіків або як об'єкти чоловічої уваги. Історії жінок-репортерів частіше кидають виклик стереотипам, ніж ті, що їх подають репортери-чоловіки (Галахер, 2010).

Чоловіки також зазнають стереотипів у ЗМК. Вони, як правило, характеризуються як потужні та домінуючі. Мало місця для альтернативних бачень мужності. ЗМК схильні принижувати чоловіків, які виконують функції піклування про домашнє життя, або тих, хто протидіє насильству. Подібні зображення можуть впливати на сприйняття з точки зору того, що суспільство може очікувати від чоловіків та жінок, а також того, що вони можуть очікувати від себе. Вони сприяють незбалансованому баченню ролі жінок і чоловіків у суспільстві.

Потрібно приділити увагу виявленню та усуненню цих різних гендерних дисбалансів та прогалин у ЗМК. Тому важливо проводити дослідження на дану тематику в наш час.

2. Наукова розробленість проблеми дослідження.

Концепція гендеру виникла під впливовою роботою Естер Босеруп на початку 1970-х років, яка поставила під сумнів уявлення про жінку як про пасивного бенефіціара розвитку. Вона закликала зосередити увагу на «Жінках у розвитку», щоб визнати внесок часто невидимої праці жінок.

Слідував підхід до гендерних питань та розвитку (GAD), зосереджуючись на більшій нерівності та нерівних відносинах. Прихильники GAD закликали глибше зрозуміти соціально побудовану основу гендерних відмінностей та

те, як це впливає на стосунки між чоловіками та жінками. Вони аргументували краще розуміння відносин влади та гендерний характер систем та установ, які впливають на життя жінок і чоловіків. Замість того, щоб включати жінок у нинішню патріархальну систему, прихильники GAD аргументували перетворення цієї системи на систему, яка характеризується гендерною рівністю.

Концепція гендерної перформативності лежить в основі робіт філософа та гендерного теоретика Джудіт Батлер. З точки зору Батлер, уявлення про гендер – це влада в суспільстві. Вона знаходить конструкцію гендерного в регулятивних дискурсах. На її думку, гендер і гетеросексуальність конструюються як природні, оскільки протиставлення чоловічої та жіночої статей сприймається як природне в соціальному сприйнятті.

Постмодерністський фемінізм (С. де Бовуар, К. Дельфі, М. Віттіг, Л. Ірігарей, Ю. Крістева, Д. Батлер, Р. Брайдотті) робить основні висновки деконструктивістського підходу, що кидає виклик традиційним опозиціям есенціалізму. В якості основної мети фемінізму цього періоду виступає свобода від придушення думки, деконструкція бінарного мислення, його маргінальності.

Крім теорії фемінізму, розвивалося біологістський напрямок пояснення гендерних відмінностей. Думка про те, що домінування чоловічих особин біологічно детерміноване, вперше висловили Л. Тайгер і Р. Фокс.

Проблему гендеру та гендерних конфліктів насамперед розглядали такі згадані в цій роботі дослідники, як Едмунд Гуссерль, Моріс Мерло-Понті, Джудіт Батлер, Ігор Кон, Ферелл Нортруп, Маршал Сегал, Керол Уотсон, Ерік Грін, Гумплович Л., Вороніна О., Коломієць Т., Міщенко Л.

3. Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дана тематика дослідження висвітлена у продовженні тематики кафедри соціології факультету соціології і права Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря

Сікорського», а саме «Соціетальний розвиток, модернізація та модерн в глобальному світі».

4. Мета і завдання дослідження.

Метою магістерської роботи являється дослідження сутності гендерного конфлікту, розгляд способів його висвітлення у засобах масової комунікації, аналіз отриманих результатів дослідження проведеного контент-аналізу та краще розуміння даної тематики як і з наукового аспекту, так і для особистого світогляду.

Завданнями дослідження є:

- визначити поняття конфлікту та гендеру в соціологічній науці;
- дослідити види та підходи до вивчення гендерних конфліктів;
- висвітлити типологію гендерних стереотипів і гендерних груп у сучасному суспільстві;
- віднайти причини гендерної нерівності, яку висвітлюють у засобах масової комунікації;
- описати парадигми розуміння гендерних конфліктів у засобах масової комунікації;
- виділити важливість конструювання реальності засобами масової комунікації, а зокрема через сприйняття журналістів і транслявання його суспільству;
- передати смисл гендерно-коректної комунікації, її сенс у засобах масової комунікації;
- виокремити семіотичні аспекти у ЗМК;
- розглянути світовий індекс гендерного розриву та перспективи суспільства в цьому контексті;
- зробити контент-аналіз обраних джерел українських засобів масової комунікації;
- підтвердити або спростувати гіпотези проведеного дослідження.

5. Об'єкт і предмет дослідження.

Об'єктом даної магістерської роботи виступає гендерний конфлікт.

Предметом роботи є дослідження поняття гендерного конфлікту та висвітлення даної тематики в засобах масової комунікації.

6. Методи дослідження.

Для вирішення поставленої мети та завдань у роботі використано низку методів загальнонаукового та специфічно соціологічного характеру: порівняльного аналізу і синтезу, типологізації, порівняльно-історичного методу, методу контент-аналізу джерел засобів масової комунікації.

7. Наукова новизна одержаних результатів.

- Подальший розвиток в цій роботі отримала тематика гендерних досліджень. Досягнення гендерної рівності неможливі без гендерного просвітництва та розвитку гендерної чутливості суспільної свідомості. Засоби масової комунікації мають занадто великий вплив на суспільства, які залучені в інформаційний світовий потік. Гендерна проблематика глибоко проникає в життя людей – як професійне, так і побутове. Відповідно цієї роботою показується важливість дослідження даної тематики – висвітлення гендерних конфліктів саме через призму ЗМК, пошук інструментів, якими вони керуються у формуванні нашого світогляду, а контент-аналіз має розставити наголоси на те, як сильно ми не помічаємо це і наскільки важливий аналіз інформації, яку ми сприймаємо.

- Була вдосконалена класифікація чинників, які впливають на шляхи та способи висвітлення гендерних конфліктів у засобах масової комунікації.

- Вперше дослідження на предмет висвітлення гендеру та гендерних конфліктів у засобах масової комунікації виявило, що не всі обрані (і саме українські) новинні ресурси мають за мету (або/і можливість?) публікувати на своїх теренах матеріал, дослідження, анонси подій, зміни в законах, який стосується гендерної тематики. Більше того, вони зберігають тенденцію

нейтрального інформування та, можна сказати, спостереження за тим, що відбувається у світі – що нівелює ствердження деяких дослідників про те, що журналісти та діячі ЗМК все ще постійно звертаються до висвітлення гендерно-стереотипних поглядів.

8. Практичне значення одержаних результатів.

Практична цінність дослідження є в тому, що результати дослідження висвітлення гендеру та гендерних конфліктів у засобах масової комунікації можуть бути використані для розв'язку проблем гендерної рівності з метою винесення на рівень публічного обговорення фільтрування контенту, який стосується гендерної стереотипізації, та збільшення протилежного контенту. Контент-аналіз українських джерел засобів масової комунікації може бути використаний для подальшого аналізу та розвитку ЗМК в Україні.

9. Структура магістерської роботи.

Структура роботи зумовлена логікою дослідження і складається із вступу, трьох розділів, шести підрозділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 73 сторінки. Список використаних джерел містить 35 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ КОНФЛІКТІВ

1.1 Поняття, типологія гендерних конфліктів

Перш ніж розпочати розгляд гендерних конфліктів, варто вказати, як трактується первісне поняття «конфлікт».

Конфлікт – це постійно присутній процес у людських стосунках. Е. Грін це визначив «як навмисну спробу протистояти волі іншого чи інших, протистояти або примусити» (1985, 3). Також конфлікт – це соціальний процес, в якому людина чи групи людей шукають шляхи досягнення своїх цілей, прямо кидаючи виклик шляхом насильства або загрозою насильства.

Майже будь-яка людська дія може призвести до перешкоджання планам іншої людини. Однак така дія стає конфліктом, лише якщо навмисна дія має супротив.

Іншими словами, конфлікт – це змагання в особистих і ворожих формах. Це процес пошуку перемоги шляхом усунення або ослаблення конкурентів.

Через нього одна сторона намагається знищити або, принаймні, звести до підлеглої позиції іншу сторону. Крім того, хоча, як правило, насильство пов'язане з конфліктом, воно може відбуватися і без нього.

Конфлікт – це протидія або боротьба, що включає:

- (а) емоційну ворожість;
- (б) жорстоке втручання у свій вибір.

Можна зазначити такі характеристики конфлікту:

- (і) Конфлікт – це свідомо дія. Це цілеспрямований намір протистояти.
- (ii) Конфлікт – це особиста діяльність.
- (iii) Конфлікту бракує безперервності.
- (iv) Конфлікт є універсальним.

Конфлікт – універсальний. Це трапляється у всіх часах і місцях. Ніколи не було суспільства, в якому б окремі люди чи групи не вступали в конфлікт. За словами Мальтуса (1895), «зменшення поставок засобів до існування є причиною конфлікту». На думку Дарвіна (1935), «принципи боротьби за існування та виживання найсильніших є головними причинами конфліктів».

На думку Фройда (2016) та деяких інших психологів, «вроджений інстинкт агресивності у людини є основною причиною конфліктів». Таким чином, були згадані різні причини, що призводять до конфліктів. Це виникає насамперед із зіткнення інтересів всередині груп і суспільств, а також між групами та суспільствами. Конфлікти також виникають в результаті різниці між швидкістю зміни моральних норм суспільства та бажаннями, надіями, незадоволеннями та вимогами людей.

Моральні норми, якими діти повинні підкорятися своїм батькам, зберігаються з незапам'ятних часів, але зараз молоде покоління має бажання йти своїм особистим шляхом. Як наслідок, конфліктів між батьками та молоддю більше, ніж раніше. Іноді моральні норми настільки принципові, що конфліктуючі сторони часто можуть вимагати подібних умов для виправдання своїх окремих вимог.

Наприклад, співробітники виправдовують свій страйк вимогою заслужувати високу заробітну плату в часи завищення цін, тоді як керівництво обґрунтовує свою позицію щодо їх зменшення шляхом виправдання свого дефіциту в часи конкуренції.

Коротко зазначимо причини конфлікту:

(i) Індивідуальні відмінності:

Немає двох людей, однакових за своєю природою, поглядами, ідеалами та інтересами. Через ці розбіжності вони не можуть влаштовувати себе, що може призвести до конфлікту між ними.

(ii) Культурні відмінності:

Культура – це спосіб життя групи. Культура групи відрізняється від культури іншої групи. Культурні розбіжності між групами іноді

спричиняють напругу та призводять до конфліктів. Релігійні розбіжності в історії призводили до війн та переслідувань. Індія була розділена в ім'я релігійних відмінностей.

(iii) Зіткнення інтересів:

Інколи інтереси різних людей чи груп стикаються. Таким чином, інтереси працівників стикаються з інтересами роботодавців, що призводить до конфлікту між ними.

(iv) Соціальні зміни:

Соціальні зміни стають причиною конфлікту, коли частина суспільства змінює систему разом зі змінами в інших сферах. Соціальні зміни спричиняють культурне відставання, що призводить до конфліктів. Конфлікт між батьками та молодшим поколінням є результатом соціальних змін. Конфлікт є виразом соціальної нерівноваги.

Типи конфліктів:

Зіммель (2015) виділив чотири типи конфліктів:

- (i) війна;
- (ii) ворожнеча або вигадані сварки;
- (iii) судовий процес;
- (iv) конфлікт знеособлених ідеалів.

Війна – груповий конфлікт, який нам найбільш відомий. До розвитку торгівлі війна забезпечувала єдиний варіант комунікації між іноземними групами.

Зіммель приписував війну «глибоко вкоріненому антагоністичному імпульсу в людині» (2015, 32). Але для реалізації цього антагоністичного імпульсу потрібна певна мета, якою може бути бажання отримати матеріальну вигоду. Можна сказати, що антагоністичний імпульс забезпечує основу для конфлікту.

Ворожнеча – це форма війни всередині групи, яка може виникнути через несправедливість, яка, як стверджується, «була скоєна однією групою до іншої» (Зіммель, 2015, 32).

Судовий процес – це судова форма конфлікту, коли хтось, особа чи група, заявляє свої претензії на певні права на основі об'єктивних факторів, суб'єктивні фактори виключаються.

Конфлікт знеособлених ідеалів – це конфлікт, що ведеться людьми не заради себе, а заради ідеалу. У такому конфлікті кожна сторона намагається виправдати правдивість власних ідеалів, наприклад, конфлікт, який ведуть комуністи та капіталісти, щоб довести, що їх власна система може забезпечити кращий світовий порядок.

Згадаємо п'ять типів конфліктів:

- (i) Особистий конфлікт;
- (ii) Расовий конфлікт;
- (iii) Класовий конфлікт;
- (iv) Політичний конфлікт;
- (v) Міжнародний конфлікт.

Особистий конфлікт – це конфлікт між двома особами в одній групі. Конфлікт між двома студентами – це особистий конфлікт.

Расовий конфлікт між білими та афроамериканцями в США є прикладом расового конфлікту.

Класовий конфлікт – це конфлікт між двома класами.

На думку Маркса (1983), «суспільство завжди було розділене між двома економічними класами – експлуататорами та робочими, які завжди були між собою суперечливими». Політичний конфлікт – це конфлікт між партіями за політичну владу. Таким чином, конфлікт між партією Конгресу та опозиційними партіями є політичним конфліктом.

Міжнародний конфлікт – це конфлікт між двома націями. Конфлікт між Індією та Пакистаном щодо питання Кашміру є міжнародним.

Конфлікт також може бути таких типів:

- (i) Прихований та відкритий конфлікт.

Конфлікт зазвичай описується як прихований або відкритий. У більшості випадків задовго до того, як конфлікт вибухне ворожими діями, він існує у

прихованій формі в умовах соціальної напруги та невдоволення. Прихований конфлікт стає відкритим конфліктом при оголошенні проблеми та вживанні ворожих дій.

Відкритий конфлікт виникає, коли одна чи інша сторона відчуває себе сильною і хоче скористатися цією особливістю. Іноді фактичний конфлікт може існувати у прихованій формі роками, перш ніж виникатимуть питання або криза. Прихований конфлікт між Китаєм та Індією може стати відкритим у формі спалаху війни з приводу питання кордону.

(ii) Корпоративний та особистий конфлікт.

Конфлікти також класифікуються як корпоративні та особисті. Корпоративний конфлікт виникає між групами всередині суспільства або між двома суспільствами. Приклади корпоративних конфліктів – расові заворушення, релігійні переслідування, конфлікти з управління працею та війна між країнами.

Особистий конфлікт, навпаки, відбувається всередині індивіда. Хоча це суворіше засудження, ніж корпоративний конфлікт, проте воно також є універсальним. Група в цілому мало що може отримати від внутрішнього конфлікту або сварок серед її членів. Особисті конфлікти виникають через різні мотиви, заздрість, ворожість, зрада довіри є найбільш переважаючим фактором.

Роль конфлікту:

Як було сказано вище, конфлікт є основною рисою людини та суспільства. Деякі соціологи, такі як Ратценхофер (2010) та Гумплович, вважають це «основою соціальної еволюції та прогресу». На думку Гумпловича (2010), людські суспільства характеризуються «сингенізмом», споконвічним відчуттям людей, які йому належать, що вони разом. Їх розвиток відзначався невинною боротьбою.

За словами Ратценхофера (2010), «боротьба за життя набуває форми конфлікту інтересів». Зіммель зазначав, що «безконфліктна гармонійна група практично неможлива» (2015, 20). Не будемо заперечувати той факт, що

суспільство вимагає для свого формування та зростання як гармонії, так і дисгармонії, об'єднання та роз'єднання. Конфлікт слугує конструктивному та позитивному завершенню. На самому елементарному рівні конфлікти призводять до усунення або знищення конкурента. Однак у людському суспільстві більшість конфліктів завершуються певною домовленістю чи пристосуванням або злиттям двох протилежних елементів.

У корпоративних конфліктах, тобто в конфліктах між групами та суспільствами, солідарність та почуття товаришів посилюються. Влучно зауважується, що в корпоративних конфліктах кожна нація набуває згуртованості та сили, підкреслюючи власну долю проти націй інших країн. Отже, внутрішня гармонія та зовнішній конфлікт є протилежними сторонами однієї монети.

Ось чому війна вважається неминучою у реальності суверенних націй. Але конфлікт, який спричиняє війну або набуває ворожої форми, може знищити життя та майно людей, і більше того, може завдати великої психологічної та моральної шкоди.

Результати особистих конфліктів, тобто всередині індивіда, значною мірою негативні, оскільки така боротьба знижує моральний дух і послаблює солідарність групи. Особистий конфлікт, звичайно, має і свою позитивну сторону.

Згадаємо про такі позитивні функції конфлікту:

- (i) Конфлікт, як правило, зміцнює моральний дух і сприяє солідарності групи.
- (ii) Конфлікт може призвести до нового консенсусу.
- (iii) Конфлікт призводить до зміни систем цінностей.
- (iv) Конфлікт може призвести до відпрацювання ненасильницьких методів вирішення кризи.
- (v) Конфлікт може призвести до зміни відносного статусу конфліктуючих сторін.

Конфлікти завжди привертали увагу людей і суспільства. Це те, чим

харчується драма. Конфлікт передбачає, що між двома сторонами немає спільної точки зору, немає мети, що перевищує інтереси, які їх розділяють, і що єдиним рішенням є усунення тієї чи іншої сторони.

Суспільство докладає зусиль для контролю над конфліктом, але іронія полягає в тому, що воно саме створює конфліктні ситуації і, можливо, не може цього уникнути. Надавши різний статус різним професіям, це заклало основу для заздрості та образ.

Надаючи повноваження одній особі над іншою, людина відкриває двері для зловживання владою та помсти. Створюючи конкурентоспроможні цілі, це дозволяє конкуренції набувати форми конфлікту.

Правда полягає в тому, що елементи конфлікту є в усіх ситуаціях. Це частина людського суспільства. Особистості – це окремі організми. Вони можуть співпрацювати з певними цілями, але не з усіма. Вони мають фактори, які взаємовиключні. Для досягнення цілей вони вступають у конфлікт з іншими, які також шукають ці самі цілі.

Оскільки людські групи є вільними одиницями порівняно з тілом чи навіть колонією комах, диво не в тому, наскільки багато конфліктів, а в тому, наскільки їх мало. Безсумнівно, докладаються зусилля, щоб усунути конфлікт за допомогою певних соціальних механізмів, але вони не є завжди вдалими.

А тепер, розглянувши поняття конфлікту в цілому, звернемось до розгляду гендеру та гендерних конфліктів.

Історія гендерних досліджень розглядає різні перспективи гендеру. Ця дисципліна вивчає способи, за допомогою яких історичні, культурні та соціальні події формують роль гендеру в різних суспільствах. Сфера гендерних досліджень, зосереджуючи увагу на відмінностях між чоловіками та жінками, також розглядає статеві відмінності та менш бінарні визначення гендерної категоризації.

Після революції загального виборчого права ХХ століття визвольний рух жінок 1960-1970-х років сприяв появі феміністок, щоб «активно допитувати»

звичні та прийняті версії історії, відомі на той час. Метою багатьох феміністичних вчених було поставити під сумнів оригінальні припущення щодо атрибутів жінок і чоловіків, насправді їх виміряти та повідомити про відмінні відмінності між жінками та чоловіками. Спочатку ці програми були по суті феміністичними, розробленими для визнання внесків жінок. Незабаром чоловіки почали дивитись на мужність так само, як жінки дивляться на жіночність, і розробили область дослідження, яка називається «дослідження чоловіків». Лише наприкінці 1980-х та 1990-х років вчені визнали необхідність навчання у галузі сексуальності. Це було пов'язано із зростаючим інтересом до прав лесбіянок та геїв, і вчені виявили, що більшість людей пов'язуватимуть сексуальність та стать разом, а не як окремі організації.

Гендер має на увазі «масив соціально побудованих ролей та стосунків, особливостей особистості, поглядів, поведінки, цінностей, відносної сили та впливу, які суспільство приписує обом статям на різній основі. Гендер є реляційним – гендерні ролі та характеристики існують не ізольовано, а визначаються по відношенню один до одного та через стосунки між жінками та чоловіками, дівчатами та хлопцями» (2000, 14). Простіше кажучи, стать відноситься до біологічних відмінностей, тоді як гендер відноситься до соціальних відмінностей.

В сучасному суспільстві індивідуальність чоловіків і жінок, їх визначення своєї гендерної приналежності вивчає, в основному, гендерна психологія, психологія статі та похідні науки. Але так як гендер достатньо часто виступає в якості предмета конфліктної взаємодії, слід також додати, що проблематикою гендеру займається і конфліктологія.

Перш ніж почати аналізування гендерних груп, слід дати визначення поняттям «гендер», «гендерна» ознака», «гендерний стереотип». Також необхідно виділити чинники, що визначають утворення груп, в яких ознакою для існування є гендерна приналежність. При цьому важливо виявити причини співпраці всередині групи, в якій задіяні індивіди, що мають як

спільні, так і різні гендери.

Існує кілька трактувань поняття «гендер». У психології «гендер» трактується як полярність чоловічого та жіночого, яка знаходиться вже не в полі зору біології, а перенесена в науки, які вивчають соціум. Іншими словами, «чоловік і жінка – це не природний, а соціальний конструкт» (Гідденс, 2009).

Як зазначає кандидат психологічних наук Л. В. Міщенко (2012),

в тих випадках, коли розмова між науковцями відбувається на тему біологічних різниць між чоловіками та жінками як індивідами, то доречно використання термінів «стать» і «статевий диморфізм». Коли ж мова йде про соціокультурну або психосоціальну роль чоловіків і жінок як особистостей, то найчастіше говорять про гендер, гендерні відмінності.

Однак це не означає, що можна так просто тлумачити та розрізняти дані два поняття. Аналіз наукової літератури, проведений науковцем, показав, що термін «гендер» в більшості випадків використовується як

синонімічний поняттю «стать», але разом з тим, його застосовують як розширене визначення для позначення і природних, і соціальних проявів статі, крім того, його використання також підноситься як протиставлення біологічної статі (Міщенко, 2012).

Д. Батлер (2004), одна з провідних ідеологів так званої гендерної революції, стверджує те, що стать з точки зору біології – конструкт вигаданий, який матеріалізується в часі за допомогою примусу. Гендер звідси – теж конструкт або аспект, але вже формується на добровільній або вільній основі, а на нав'язаній природою. «Гендерна» людина може сама визначати свою статеву приналежність, «незалежно від того, яка зараз приналежність за біологічним показником, й даний вибір має як моральне, так і юридичне, а

в результаті і фактичне значення» (Батлер, 2004, 16).

Для середньостатистичної людини гендерні відмінності видаються результатом роботи біологічних сил, а не виховання або культурного впливу. Соціальні психологи Р. Унгер і М. Крауфорд (2008) переконані в тому, що

біологічні відмінності статей не мають впливу на поведінку, або впливають на неї слабо, але також вони не слід закривати очі на наявність ряду природних диференціацій між чоловіками та жінками, хоча і запевняємось в тому, що ними не можна пояснювати гендерні відмінності.

На думку тих же психологів (Унгер, Крауфорд, 2008),

визначення більшості гендерних відмінностей варто шукати не в наборі хромосом або гормонів, а в громадських нормах, які зобов'язують індивідів відповідати різним типам поведінки, мати певні «аттїтюди» та інтереси, які тотожні їх біологічній статі.

Набори соціальних норм, які мають в змісті певну інформацію про особливості, властиві кожній зі статей, називаються статевими або гендерними ролями. Частина таких соціальних норм впроваджується в свідомість через засоби масової інформації та популярну літературу, уявлення про інші громадські норми суспільство отримує безпосередньо в ті моменти, коли один з учасників даного суспільства відхиляється від очікуваної гендерно-рольової поведінки, суспільство, в більшості випадків ставиться до цієї поведінки з певним нерозумінням (Унгер, Кроуфорд, 2008).

Окрім гендерних ролей, існує також поняття «гендерний стереотип», про який також буде сказано, так як від впливу гендерних стереотипів на поведінку залежить поведінка як окремо індивіда, так і суспільства, в якому даний індивід знаходиться.

«Термін «нормативний тиск» визначає алгоритм того, яким чином індивід

зобов'язаний підлаштовуватися під соціальні очікування, або очікування групи, які також називають соціальними нормами, щоб люди, які живуть і взаємодіють в суспільстві, не відкинули даний тиск як вид насильницького впливу. Нормативний тиск є необхідним в лояльності гендерних ролей» (Іглі, 2009, 41).

Гендерний конфлікт являє собою результат взаємодії або сукупність внутрішніх відчуттів індивіда, які уособлюють результат суперечливого ставлення до гендерних цінностей, ролей і відносин, які призводять до протиборства цілей і інтересів.

Деякими причинами виникнення особистісних, міжособистісних і міжгрупових конфліктів чоловіків і жінок є відмінності моделей їх поведінки. О. Вороніна (2001) передбачає наявність біологічних, психічних і соціальних витоків в гендерному конфлікті. Науковиця постулює, що стосовно статевої диференціації, природа сприяє виживанню певних біологічних систем в тому вигляді, в якому чоловіки відповідальні за динамічний розвиток виду та забезпечення мінливості генофонду. У той час як діяльність жінок спрямована на збереження існуючого генофонду і відповідальна за стабільність виду. Виходячи з цього, можна зробити висновок про те, що чоловіча частина популяції відрізняється від жіночої більш високим ступенем відхилення від середніх величин (Вороніна, 2001). Крім того, гендерні конфлікти, найчастіше, зароджуються та відбуваються в інформаційних моделях, які мають місце в психіці учасників. Чоловіки та жінки по-різному сприймають висловлювання і поведінку один одного, можна навіть сказати, що багато інтерпретується помилково, що може призвести до конфліктних ситуацій. Так, наприклад, для жінок, висловлювання неприємностей серед своєї гендерної групи є спробою отримати співчуття, без очікувань будь-яких дій у відповідь на свої претензії, скарги. Чоловіки в такій ситуації вважають себе зобов'язаними щось зробити. Жінки можуть обмінюватися дрібними деталями при обміні інформації, що показує їх прагнення до досягнення певної близькості зі

співрозмовником. Чоловік в ситуації обміну інформацією частіше за все не прагне вдаватися в подробиці і звертати увагу на дрібниці.

Крім того, до причин виникнення гендерного конфлікту можна віднести таке явище, як ілюзорна кореляція. Дане поняття має на увазі «переоцінку індивідами ступеня міцності зв'язку двох будь-яких речей, або вони намагаються самі придумати цей зв'язок там, де його насправді не існує» (Тейлор, 2001). Що стосується гендеру, то в деяких ситуаціях люди хочуть бачити уявний зв'язок між гендерною приналежністю та певними якостями, навичками або поведінкою.

Відповідно до рівнів аналізу гендерних відносин, слід розглядати три великі групи гендерних конфліктів, які викликані неузгодженістю традиційної статево-рольової поведінки та потребами особистості в зміні змісту запропонованих гендерних ролей.

Якщо розглядати макрорівень, то гендерний конфлікт є конфліктом соціальним. Варто зауважити, що в основі такого конфлікту знаходиться боротьба між соціальними групами індивідів за реалізацію особистих цілей. В зв'язку з цим, гендерний конфлікт на макросоціальному рівні слід розглядати як конфлікт інтересів, або боротьбу жінок як представників соціальної групи за більш високий статус у суспільстві. Е. Гідденс (2009, 55) стверджує, що «не існує такого суспільства, в якому жінки мали б більшу владу, ніж чоловіки».

На рівні міжособистісних відносин гендерні конфлікти найбільш поширені в сімейній і професійній сферах. Дослідники, що займаються вивченням сімейних відносин, як правило, враховують такий значущий показник сімейного життя, як характер розподілу ролей між чоловіком і дружиною.

Існує також гендерно-рольовий конфлікт. Він виникає в тих випадках, коли чоловік обмежує свою поведінку або поведінку інших, використовуючи традиційні гендерні ролі, а також, коли оточуючі тиснуть на нього за порушення «норм мужності», або коли він пригнічує себе та інших осіб через те, що вони не намагаються відповідати ролі.

Модель гендерно-рольового конфлікту має шість паттернів:

- обмеження емоційності, що призводить до труднощів у вираженні своїх власних емоцій або заперечення права інших виражати емоції;
- гомофобія, тобто гомосексуалів, включаючи стереотипи про останніх;
- бажання контролю влади та змагання;
- обмеження сексуальної поведінки, демонстрації прихильності;
- нав'язливе прагнення до змагання й успіху;
- проблема із фізичним здоров'ям, що виникає через неправильний спосіб життя.

Даний конфлікт відбивається як у особистісній, так і в міжособистісній сферах. Тривожність, депресія, зниження самооцінки, стрес, проблеми у відносинах, конфлікти на роботі, фізичне та сексуальне насильство може бути результатом гендерно-рольового конфлікту. Зовнішні та внутрішні конфлікти можуть переходити один в інший. Піддаючись груповому тиску і змінюючи свою рольову поведінку на соціально-бажану, людина ховає конфлікт всередині себе.

У нашій свідомості біологічна стать і соціальна роль жорстко пов'язані між собою. Відокремити одне від іншого складно. Однак це потрібно зробити, щоб змінити сьогоdnішній стан справ, коли одна соціальна група (жінки) зазвичай знаходиться в явно гіршому становищі, ніж інша (чоловіки).

Біологічна стать дана нам від народження, її змінити ми не можемо. Соціальну роль, тобто гендер, – змінити можна.

Гендерна рівність – це вільний, свідомий вибір чоловіками та жінками своїх соціальних ролей незалежно від біологічної статі. Гендерна рівність – це рівний доступ жінок і чоловіків до різних ресурсів і рівноцінність «жіночих» і «чоловічих» професій, ролей в суспільстві; рівне ставлення суспільства до вкладу тих чи інших в економічний і демографічний розвиток.

Стратегія гендерної рівності вигідна обом статям: змінюючи в кращу

сторону життя однієї статі, вона змінює і життя іншої статі, роблячи її більш гармонійною, здоровою, якісною.

Можливості, які надає всім соціальним групам гендерна рівність:

- збільшиться тривалість життя чоловіків, зросте її якість;
- жінки стануть здоровішими і щасливішими, у них буде менше приводів для страху, вони будуть кращими матерями;
- значний жіночий потенціал буде продуктивно затребуваний суспільством;
- більше дітей виростуть фізично, психологічно, духовно більш гармонійними;
- багаторазово збільшиться кількість в процесі навчання талантів і здібностей, зі шкіл та інших освітніх установ вийде більше впевнених у своїх здібностях людей з прагненням до самореалізації;
- дівчатка і хлопчики будуть краще розуміти один одного і співпрацювати як рівноправні партнери з самого дитинства, відносини з однолітками стануть гуманнішими і безпечнішими;
- дівчинки стануть більш самостійними і впевненими в своїх здібностях, а хлопчики – більш сенситивним і компетентними в відносинах з оточуючими;
- більш зрілим і усвідомленим стане вибір професії та життєвих стратегій як юнаками, так і дівчатами;
- економічна стабільність держави;
- гармонійні відносини в родині.

Таким чином, гендерна рівність сприяє стабільному соціально-економічному розвитку суспільства.

Термін «гендерна рівність» не означає, що чоловіки і жінки стають або повинні стати подібні, однакові. На світі не може бути двох однакових людей навіть однієї статі і віку, що вже тут говорити по відношенню до представників двох гендерних світів. Дослідники не закликають нас – чоловіків і жінок – стати схожими один на одного.

Йдеться про те, що наші уявлення про «чоловіче» і «жіноче», наприклад про «справжнього чоловіка» і «справжню жінку», – не більше, ніж наші уявлення, а не непорушні істини. А раз це наші уявлення, значить їх можна змінити відповідно до нових завдань, новими можливостями, новими пріоритетами, які ставить перед нами життя в ХХІ столітті.

Ігор Кон писав так про відчуття гендерної рівності:

Ослаблення гендерної поляризації та зниження народжуваності позначаються на сімейному статусі та способі виховання хлопчиків. Те і інше залежить від особливостей традиційної культури та від структури й складу родини. У дитинстві та ранньому дитинстві батьки, особливо батьки, схильні виховувати дочок і синів по-різному, очікують від них неоднакової поведінки та пропонують їм різні іграшки, гри й інші заняття, причому гендерно-типовій діяльності батьки надають більше значення, ніж гендерно-типовим психічним властивостям. Наскільки сильний цей вплив – достеменно невідомо. З віком дитини батьківський тиск в сторону закріплення гендерної своєрідності зменшується, та й взагалі в сучасному суспільстві він значно слабкіше, ніж було раніше (Кон, 2012, 50).

Важливо пам'ятати, що гендерна рівність – це умови, за яких чоловіки та жінки мають не тільки рівні права, але й рівні можливості для реалізації своїх прав і потенціалу повною мірою.

Ще раніше – в 1979 році – в спеціальній Конвенції Організації Об'єднаних Націй про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок було закріплено поняття «позитивної дискримінації». Воно означає, що якщо якась соціальна група (не обов'язково жінки!) систематично знаходиться в дискримінованому положенні, то одного принципу рівних можливостей для виправлення ситуації недостатньо і необхідні більш рішучі та дієві заходи, зокрема, при інших рівних умовах вибір представника саме з групи, яка дискримінується (наприклад, при призначенні на вищу посаду). Такі заходи дискримінацією

не є, так як носять тимчасовий характер і при виправленні ситуації будуть скасовані.

Як зазначає Тетяна Коломієць, «однією з причин гендерної асиметрії як агентної властивості соціальної взаємодії є формування маскулінного і фемінного як контрверсійних цінностей, норм і етосів поведінки, підкріплених стереотипізацією та стигматизацією» (2019, 78).

«Гендерний стереотип» – це поширені уявлення про те, що чоловікам і жінкам притаманні певні властивості та моделі поведінки, що переважна більшість людей дотримується цієї точки зору і що зазвичай ми розуміємо, яка поведінка вважається правильною для представників тієї чи іншої статі.

Виділимо кілька груп таких стереотипів.

Стереотипи маскуліності-фемінінності. Чоловікам і жінкам приписують конкретні соціально-психологічні якості та властивості особистості, стиль поведінки. Стереотипні уявлення приписують чоловікам: «активно-творчі» характеристики, інструментальні риси особистості, такі як активність, домінування, впевненість у собі, агресивність, логічне мислення, здатність до лідерства. Жіночність, навпаки, розглядається як «пасивно-репродуктивний початок», що виявляється в експресивних особистісних характеристиках, таких як залежність, дбайливість, тривожність, низька самооцінка, емоційність. Чоловіче вважається позитивним, значимим, домінуючим, раціональним, духовним, культурним, активно-творчим, а жіноче зв'язується з негативним, вторинним, чуттєвим, тілесним, гріховним, природним, пасивно-репродуктивним. Маскулінні характеристики зазвичай протиставляються фемінінним, вони розглядаються як протилежні, що доповнюють один одного (Вороніна, 2001).

Друга група гендерних стереотипів пов'язана із закріпленням сімейних і професійних ролей відповідно до статі. Вважається, що для жінки основне значення має сімейна роль, а для чоловіка – професійна, відповідно й оцінка успішності пов'язана з виконанням цієї ролі. Таким чином, жінка повинна реалізовуватися в мікросередовищі (сім'я, побут), а чоловік – в

макросередовищі (робота, політика, наука).

Таким чином, по-перше, гендерні стереотипи орієнтують чоловіків і жінок на різні життєві стратегії, а також пропонують різні шляхи та способи самореалізації, а це визначає нерівноцінні соціальні позиції чоловіків і жінок.

Типові жіночі якості особистості: сімейні ролі, репродуктивний характер діяльності – все це применшує соціальний статус жінки в системі суспільного устрою.

Якості «справжнього чоловіка»: професійні успіхи, творча праця – всі ці складові визначають високий соціальний статус, престиж і визнання соціуму.

1.2 Методи та підходи дослідження гендерних конфліктів

У свідомості більшості людей біологічна стать настільки злита з соціальною роллю людини, що все сприймається як даність, яка зумовлена природою або богом.

Наприклад, ми, не замислюючись, вимовляємо: «Ти – жінка, тому ти повинна стежити за будинком» або «Ти – чоловік, тому ти повинен забезпечувати сім'ю».

Будь-яка спроба відокремити одне від іншого – біологічна стать від соціальної ролі – зустрічає опір. Однак це необхідно зробити, щоб з'ясувати, чому одна половина людства, а саме зазвичай жіноча, систематично знаходиться в більш уразливому положенні, ніж інша (чоловіча).

Дослідження, в яких дотримується методологічний принцип поділу соціальної та біологічної статі, називаються гендерними.

Далеко не будь-яка наукова робота, присвячена проблемам жінок і чоловіків,

буде визнана такою. Наприклад, аналіз праці жінок, в якому висновки робляться на підставі «природного жіночого призначення» та подібних традиційних уявлень про неподільності біологічного і соціального,

гендерним не буде.

Гендер впливає на динаміку конфліктів на соціальному та індивідуальному рівнях. Розуміння ролі статі в конфліктних ситуаціях найкраще досягається шляхом аналізу індивідуальних рівнів, рівнів взаємодії та рівня суспільства.

У межах цих трьох рівнів аналізу є також дві кардинально різні гендерні парадигми, які спрямовують порядок досліджень соціологів, які працюють у цій галузі.

Есенціалістська парадигма передбачає окремий жіночий світ, у якому жінки за своєю природою відрізняються від чоловіків. З цієї точки зору жінки за своєю природою настільки сильно відрізняються від чоловіків, що ми переживаємо іншу реальність. Ця перспектива зосереджена на жіночих турботах і мирних властивостях. Деякі з цих досліджень зосереджуються на материнських здібностях жінок, які формують роль доглядача та миротворця.

На противагу гендерному есенціалізму є теорія соціальної побудови гендеру. На відміну від гендерного есенціалізму, який розглядає відмінності між чоловіками та жінками як природні та незмінні, соціальний конструктивізм розглядає гендер як створений під впливом суспільства та культури, що відрізняються залежно від часу та місця, а ролі, які очікує бачити суспільство, перетворюються на норму та очікування, за якими оцінюються представники цієї статі. Теорії соціального конструктивізму гендеру виростили з теорій фемінізму другої хвилі у другій половині ХХ століття.

Теорію гендерної перформативності Батлер можна розглядати як засіб показати «способи, якими реалізовані та натуралізовані концепції статі можуть бути зрозумілі як складені і, отже, здатні конституюватися по-різному» (Батлер, 1988, 10). Батлер використовує феноменологічну теорію актів, які підтримують Едмунд Гуссерль, Моріс Мерло-Понті та Джордж Герберт Мід; ця теорія намагається пояснити буденний спосіб, яким «соціальні агенти складають соціальну реальність за допомогою мови, жестів та різного роду символічних соціальних знаків» (Батлер, 1988). Вона починає

з цитування твердження Симони де Бовуар: «... людина не народжується, а, скоріше, стає жінкою» (де Бовуар, 2015, 25).

Це твердження відрізняє стать від гендеру, припускаючи, що гендер – це аспект ідентичності, який з часом відкривається (Батлер, 1986, 6). Ця різниця між статтю як анатомічними аспектами жіночого тіла та гендером як культурним і соціальним значенням, що формує тіло, та різними способами артикуляції тіла означає, що «більше неможливо приписувати цінності чи соціальні функції жінок до біологічної необхідності» (Батлер, 1986, 7). Батлер інтерпретує це твердження як привласнення доктрини конституювання актів з традицій феноменології. Батлер приходить до висновку, що

стать ні в якому разі не є стабільною ідентичністю чи місцем дії, звідки впливають різні дії; скоріше, це ідентичність, нечітко сформована в часі – ідентичність, встановлена стилізацією тіла, і, отже, її слід розуміти як буденний спосіб, коли тілесні жести, рухи та постановки різних видів складають ілюзію постійного гендерного (Батлер, 1988, 10).

Інша парадигма заперечує припущення, що жінки та чоловіки мають сутнісну («есенція») природу. По суті, це заперечує суть будь-чого. Постмодерністський фемінізм фокусується на обміні між соціальною конструкцією індивідів та конституцією особистості. Зосереджуючись на мові (семіотика), символах, альтернативних дискурсах та значенні, постмодерністський фемінізм вивчає, як здійснюється соціальна влада та як можуть трансформуватися соціальні відносини між статтю, класом і расою. Це не виключає специфіки жіночого досвіду та їх відмінності від чоловіків, оскільки за патріархату жінки мають різний доступ до дискурсивного поля.

На суспільному рівні патріархат характеризується історичною дискримінацією та несправедливістю, що відтворюються в установах та ідеологіях. Припущення про перевагу чоловіків пронизують наші процеси

мислення. Життєвий досвід, на якому базуються претензії домінуючих ідеологій, був досвід чоловіків, а не жінок. Патріархат, як і інші диктатури, контролює реальність (але далеко не абсолютно). Жінки та чоловіки соціалізовані в рамках жорстких гендерних очікувань. Такі установи, як церква, сім'я та закон, відтворюють ці упередження у нормах, правилах і законах. Історично жінки підпорядковувались політично, економічно та культурно. Ця інституційна система утисків та несправедливості безпосередньо породжує суперечки, підтримує та загострює інші конфлікти та вторгається у всі інші взаємодії людей.

На рівні взаємодії існує ряд досліджень. Гендер може виникати в конфліктах так, як сторони інтерпретують і надають значення конфлікту. Гендер також впливає на механізми розгляду спорів. Процеси вирішення суперечок для жінок бувають менш ефективними, ніж для чоловіків.

Дивлячись на інститути вирішення спорів, Террелл Нортруп та Маршалл Сегал (2006) порівнювали досвід чоловіків та жінок із посередництвом у громаді. У їх дослідженні проаналізовано відмінності у вразливості та розширенні можливостей жінок та чоловіків. Дослідники висунули гіпотезу про те, що жінки відчують вразливість у повсякденних стосунках, особливо з чоловіками. Відчуття вразливості жінок буде особливо помітним у конфліктних ситуаціях, оскільки існує можливість агресії та насильства.

Дослідники виявили, що жінки частіше повідомляють про переляк чи вразливість, ніж чоловіки. Жінки значно частіше почувались вразливими в конфліктах з чоловіками, ніж у конфліктах з іншими жінками. Жінки частіше говорили про те, що бояться нормальних конфліктів та стають жертвою агресії чи насильства. Жінки повідомили, що занепокоєння щодо дітей, особистості та статусу сприяло їхній вразливості в конфліктах. Відсутність підтримки з боку значущих людей та відсутність довіри до іншої сторони також посилюють почуття вразливості.

Жінки та чоловіки також відрізнялись між собою тим, як вони говорили про свої конфлікти. Жінки глибоко і довго обговорювали контекст

суперечки, особливо зосереджуючись на своїй участі у стосунках з іншою стороною. Чоловіки використовували більш раціональну, лінійну мову, щоб говорити про свої суперечки. Жінки говорили про справедливість таким чином, що включали в суперечку як їхні матеріальні інтереси, так і мережу стосунків.

На відміну від того, що очікували дослідники, жінки в дослідженні використовували значно більше стратегій для вирішення конфліктів, ніж чоловіки. Також несподівано, жінки не більше ніж чоловіки турбуються про підтримку позитивних стосунків з іншою стороною. Нарешті, жінки були так само стурбовані вирішенням конкретного питання, як і чоловіки.

Хоча жінки відчували себе більш вразливими, їхня вразливість, схоже, не заважала їх здатності активно вирішувати свої суперечки. Однак жінки довго говорили про те, що вони почуваються знесиленими та знедоленими у спробах вирішити свої конфлікти. Нортруп (2006) зосереджується на тому, як різниці в суті чоловіків та жінок можуть призвести до того, що ми по-різному розуміємо конфлікт і, отже, підходимо до вирішення конфліктів по-різному.

Керол Уотсон висунула гіпотезу, що «сприйнятті гендерні відмінності у поведінці переговорів є артефактом відмінностей між статусом та владою між чоловіками та жінками» (2016, 13). Це дослідження забезпечує більш реалістичний огляд законності таких гендерних стереотипів шляхом порівняння впливу влади та статі на поведінку учасників переговорів.

Уотсон виявила, що влада є кращим провісником почуттів, поведінки та результатів управлінських переговорів, ніж гендер. У дослідженні жінки не відчували себе ні більш співпрацюючими, ні менш конкурентоспроможними, ніж чоловіки.

Однак керівні жінки відчували себе значно менш впевнено в переговорах, ніж чоловіки керівного складу, і жінкам було особливо незручно вести переговори з іншою жінкою. Жінки не любили рольової гри і їм було дуже незручно, яку б роль їм не відводили. Жінки також недооцінювали свої показники порівняно з чоловіками.

Ці дослідження висвітлюють деякі складності вивчення ролі та ефекту статі в конфлікті. Майбутні дослідження повинні бути зосереджені на гендерних відмінностях сторін. Дослідження повинні зосередитись на тому, як гендер впливає на те, як конфлікти відчуються та розуміються окремими людьми та групами. Дослідження гендерних питань розширюють способи мислення про конфлікти, справедливість та соціальні зміни.

І як пише Павло Кутуєв:

Руйнування сектантської зашореності поборників тих або інших парадигм і торування шляху до синтезу (тобто піднесення наукової дискусії на якісно новий щабель) можливі шляхом зіставлення абстрактних положень соціологічної теорії із конкретним матеріалом емпірично зорієнтованої соціології, а також інших суспільствознавчих дисциплін (2017, 13),

що має спонукати нас до нових досліджень через теорію та практику.

Підсумовуючи все написане в цьому розділі, можна сказати, що усвідомлення власного гендеру – це невід’ємна частина соціалізації індивіда. Неправильний, в рамках певного суспільства, вибір гендеру може викликати певні конфлікти всередині себе та між особистостями. Люди роблять наголос на гендер в тому випадку, коли хочуть показати свою або чужу значимість, при цьому ця роль може бути як позитивною, так і негативною, що, в свою чергу, показує вплив гендеру на конфліктність суспільства.

Крім того, представники одного гендеру формують гендерні групи, які є великими соціальними групами, що мають свої норми поведінки, що відповідають певним вимогам, які ставить до них суспільство. Також до гендерних груп можна віднести і представників сексуальних меншин.

Отже, індивіди з раннього дитинства схильні до впливу та формування певних гендерних стереотипів, правил життєдіяльності, формування певних

цінностей. Звідси й виникає особистісний і міжособистісний гендерний конфлікт – через невідповідності цінностей представника однієї гендерної групи вимогам і цінностям представника іншої.

З кожним роком суспільство потребує все більше свободи у своєму волевиявленні стосовно того, ким і якою людиною бути.

РОЗДІЛ 2. КОНСТРУЮВАННЯ РОЗУМІННЯ ГЕНДЕРУ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ КОНФЛІКТІВ У ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ (ЗМК)

2.1 Конструювання розуміння гендеру в ЗМК

Найбільш загальним терміном по відношенню до висвітлення соціальної реальності в текстах засобів масової комунікації виступає поняття репрезентації. Вона включає два основні аспекти: відображення дійсності та її конструювання.

З одного боку, ЗМК відображають соціальну реальність – саме в цьому полягає сутність журналістики як виду діяльності та соціального інституту. На відміну від інших видів масового інформування, насамперед реклами та зв'язків з громадськістю, журналістика не є орієнтованою на комунікацію формою. Максимально об'єктивне, нейтральне, незалежне від особистісних і суспільних інтересів, зовнішніх і внутрішніх обставин відображення дійсності – ось основне завдання журналістів. З соціальної точки зору, цей процес не повинен відрізнятися утилітарністю та прагматичністю, а з психологічної – обов'язково має бути неупередженим і об'єктивним. В основу інформування лягає соціально значимий факт, здатний впливати на масову свідомість лише на рівні його важливості для життя соціуму, будучи його типовим (нетиповим, цікавим, новим, перспективним і т. д.) відображенням.

З іншого боку, ЗМК – не просто дзеркало або вікно в світ. Журналісти не є пасивними фіксаторами подій: висвітлюючи одну й ту ж ситуацію, журналісти бачать її по-різному, описують її по-різному, відображають її по-різному. Ці відмінності між тим, що «було насправді», і тим, що вийшло в результаті, здавна привертають до себе підвищену увагу та іноді викликають

критику. Основну негативну реакцію аудиторії зазвичай викликає вплив на мас-медіа інтересів правлячої еліти або бізнес-представників. Однак відмінності в підсумкових продуктах у різних журналістів пояснюються не тільки цим фактором. Велике значення має ступінь професіоналізму – дотримання принципів і методів висвітлення подій, володіння спільним професійним багажем, конкретними технологіями та техніками. Значимі й фактори, протилежні професіоналізму, – невміння, несумлінність, корисливий інтерес.

Однак існує ще цілий ряд чинників, що грають важливу роль в створенні медіа-образу.

По-перше, це особистість журналіста: його/її погляди, вподобання, цінності, розуміння висвітленої проблеми. Що сам журналіст думає та знає по даній темі, чи були в його/її життєвому досвіді кореляції з нею, як дана проблематика співвідноситься з аксіологічною картиною світу даного журналіста?

По-друге, це формат видання, в якому працює або з яким співпрацює журналіст, а також його редакційна політика. Ці два фактори багато в чому задають вектор аналізу проблеми: розглядати чи ні, вважати пріоритетною або маргінальною, в яких ракурсах розглядати. Так, цілком можлива ситуація, коли журналіст вважає тему важливою та актуальною, проте в даному виданні вона такою не вважається та забороняється публікуватись.

По-третє, це соціальні стереотипи, які існують в даному суспільстві щодо тієї чи іншої проблеми, національно-культурні та історичні особливості її розгляду. Вони можуть корелювати з першою і/або другою групою, а можуть і суперечити їм. Тоді журналіст виступає продуктом свого часу та свого місця, в його міркуваннях звучить: «Я сам(-а) розумію важливість та актуальність теми, але моїм глядачам (читачам, слухачам) вона нецікава, вони бачать її інакше, мене просто не зрозуміють».

На жаль, останній мотив досить поширений в середовищі журналістів: спілкуючись з ними з приводу висвітлення гендерної проблематики, подібне

можна почути часто. Вважаючи себе незрівнянно більш освіченим, розумнішим, «просунутішим» за свою аудиторію, журналіст не може встановити з нею ефективну двосторонню комунікацію, а обмежується або повчанням, або розвагою.

Таким чином, в індивідуальному, професійному та соціальному полях журналістів об'єктивно присутні фактори, що впливають на створення в засобах масової комунікації того чи іншого образу реальності. Виключити ці фактори ми не в змозі: вони є внутрішньо властиві окремій людині, соціальній групі та суспільству в цілому. Бачити світ в певних межах, розширюючи їх, але без можливості прибрати їх зовсім – така особливість людського пізнання.

Тому ніяке повідомлення не є абсолютно нейтральним (у чому давно зійшлися дослідники журналістики різних країн): воно неминуче не тільки відображає стан індивідуальної свідомості журналіста, специфіку та пріоритети його видання, особливості соціального контексту, а кожного дня формує громадську думку: пропонує рольові моделі, образ думок і ставлення до дійсності.

«Стан масової комунікації реалізується, як мінімум, на двох рівнях: когнітивному й інтерактивному» (Костенко, Іванов, 2003, 5).

На когнітивному рівні люди сприймають інформацію, пов'язану із наукою, природою – тобто, ту, яка нас оточує, і більшість сприймає її без зайвих запитань і сумнівів, тому тут можуть бути маніпулювання зі сторони суб'єктів, які контролюють ЗМК.

Інтерактивний рівень передбачає, що людина, отримавши певну інформацію, буде ідентифікувати себе з певною групою людей (за будь-якими характеристиками або властивостями) і це призведе до певної соціальної дії.

Мас-медіа є одним із найбільших фактором соціалізації, які роблять істотний внесок у конструювання гендеру. Представляючи собою соціальний інститут, ЗМК формують гендерні установки жінок і чоловіків і надають їм

певні гендерні ролі. Саме в мас-медійних публікаціях соціальні стосунки статей репрезентуються найбільш яскраво.

Які ж основні причини некоректного висвітлення вітчизняними журналістами гендерної тематики?

По-перше, відсутність у значної частини журналістів знань з даної проблематики (про подібний аспект мова йшла трохи вище). Безумовно, знайомство з темою, усвідомлення її як важливої, суспільно значимою, масштабної, багатоаспектною буде мотивувати журналістів на її актуалізацію.

По-друге, відсутність у журналістів інформації про реальний стан громадської думки на тему гендеру і/або його обліку в своїй діяльності. Тобто, вони можуть керуватись лише своїм особистим досвідом. Так, дуже часто журналісти вважають свою аудиторію значно менш обізнаною та невідповідною до сприйняття нової інформації, більш консервативно налаштованою та традиційно орієнтованою, ніж вона є в дійсності. Виникає парадокс: мова йде не про вплив ЗМК на індивідуальну свідомість, а саме про відсутність зворотного зв'язку. Індивідуальна свідомість сьогодні під впливом реальної ситуації готова до сприйняття принципово нових цінностей, які будуються не на бінарних опозиціях «чоловіче – жіноче», а на плюралізмі можливих інтерпретацій.

Гендерна некомпетентність журналістів призводить до таких професійних недоліків, як:

- відсутність бажання визнавати сам факт існування гендерних проблем;
- недооцінка значущості гендерної проблематики, небажання побачити гендерний аспект в інших соціальних проблемах;
- необ'єктивне або упереджене висвітлення гендерних проблем;
- незнання предметного поля, а також поверхневий підхід при аналізі гендерних проблем;
- пропаганда та нав'язування гендерних стереотипів, що містять

застарілі уявлення про гендерні ролі і моделі;

- прояв сексизму, що виражається в дискримінаційних оцінках різних чоловічих або жіночих якостей;
- прагнення до клішованих жіночих і чоловічих образів;
- нерозуміння термінології, пов'язаної з гендерними відносинами і т. д.

Гендерно-коректна комунікація – це прийоми та методи, які панують у суспільстві патріархальних дискурсів і заміна їх дискурсами зовсім іншої якості. Ці дискурси вимагають, по-перше, іншого підходу до фактури, через яку розкривається та чи інша тема/проблема.

По-друге, вони передбачають не тільки теоретичне розуміння мови як гендерно НЕ нейтрального конструкту та інструменту соціальної влади, але розвиток і використання навичок гендерно-коректного письма.

Виробництво дискурсів – ось те, чим займаються мас-медіа. Окремі тексти, а саме дискурси, які підпорядковуються не тільки граматичним правилам функціонування мови, але регулюються іншими прийомами та процедурами, які одночасно контролюють виробництво дискурсу, піддають його селекції, організовують і перерозподіляють.

З іншого боку, влада самого дискурсу така, що суб'єкт підпорядковується його порядку, і в цьому сенсі все зумовлено, кожен говорить і робить те, що він повинен говорити і робити, перебуваючи «всередині» цього глобального дискурсу.

Аналіз дискурсів мас-медіа дозволяє визначити їх як патріархальні хоча б тільки тому, що будь-яка проблема соціуму інтерпретується в них з точки зору чоловічого домінування. Цей глобальний патріархальний дискурс задає правила та обмеження, які накладаються на розробку фактури і уявлення аудиторії тієї чи іншої теми.

Що стосується мови, на якій ми говоримо, читаємо та пишемо, то вона аж ніяк не є нейтральним інструментом комунікації, а являє собою механізм, який істотно впливає на процес комунікації та кінцевий результат цієї

комунікації. Філософи і вчені ХХ століття довели величезну роль природної мови в створенні та вираженні смислів, що і було позначено як «лінгвістичний поворот» в сучасному пізнанні.

Важливо не тільки те, яку ідею ми хочемо висловити, але і те, якими словам ми говоримо, так як наші слова самі задають смисли, в тому числі і незалежно від наших намірів (що можна зрозуміти, досліджуючи семіотику).

2.2 Відображення гендерних конфліктів у ЗМК

І все ж таки, окреслимо основні поняття засобів масової комунікації.

Засоби масової комунікації – це комунікація – письмова, ефірна чи розмовна – яка охоплює велику аудиторію. Це включає телебачення, радіо, рекламу, фільми, Інтернет, газети, журнали тощо.

ЗМК є важливою силою сучасної культури. Соціологи називають це посередницькою культурою, де ЗМК відображає та створює культуру. Суспільство та окремих людей постійно бомбардують повідомленнями з безлічі джерел, включаючи телевізор, білборди та журнали. Ці повідомлення пропагують не лише продукти, а й настрої та відчуття того, що є важливим, а що не важливо. ЗМК уможлиблюють концепцію «ставання знаменитим»: без можливості фільмів, журналів, не переміщуючись, люди не могли стати відомими. Насправді в минулому були відомими лише політичні та бізнес-лідери, а також нечисленні горезвісні, які знаходились поза законом. Лише останнім часом актори, співаки та інші соціальні знаменитості стають умовними «зірками».

Сучасний рівень насиченості ЗМК існував не завжди. Наприклад, ще в 1960-х і 1970-х роках телебачення складалося в основному з трьох мереж, суспільного мовлення та кількох місцевих незалежних станцій. Ці канали спрямовували своє програмування в першу чергу на сім'ї з двома батьками,

середнього класу. Незважаючи на це, деякі домогосподарства середнього класу навіть не мали телевізора. Сьогодні в найбідніших будинках можна знайти телевізор, а в більшості будинків середнього класу – кілька телевізорів. Доступність не тільки зросла, але й програми стають все більш різноманітними, включаючи шоу, спрямовані на задоволення будь-якого віку, доходів, походження. Ця широка доступність та викриття робить телебачення головним предметом більшості дискусій у ЗМК.

Зовсім недавно Інтернет збільшив свою роль в геометричній прогресії, оскільки все більше підприємств та домогосподарств «підписуються». Хоча телебачення та Інтернет домінують у засобах масової комунікації, фільми та журнали також відіграють важливу роль у культурі, як і інші форми засобів масової комунікації.

Яку роль відіграють ЗМК? Законодавчі органи, керівники засобів масової комунікації, керівники місцевих шкіл та соціологи обговорюють це суперечливе питання. Хоча думки різняться щодо ступеня та типу впливу засобів масової комунікації, усі сторони сходяться на думці, що ЗМК є постійною частиною сучасної культури. Існують три основні соціологічні точки зору на роль засобів масової комунікації: теорія обмежених ефектів, теорія домінуючого класу та культурологічна теорія.

Теорія обмежених ефектів

Теорія обмежених ефектів стверджує, що, оскільки люди, як правило, вибирають, що дивитись чи читати, виходячи з того, у що вони вже вірять, засоби масової комунікації справляють незначний вплив. Ця теорія виникла та була перевірена в 1940-50-х роках. Дослідження, що вивчали здатність ЗМК впливати на голосування, показали, що добре обізнані люди більше покладаються на особистий досвід, попередні знання та власні міркування. Однак «експерти» ЗМК скоріше сколихнули тих, хто був менш обізнаним. Критики вказують на дві проблеми з цієї точки зору.

По-перше, вони стверджують, що теорія обмежених ефектів ігнорує роль засобів масової комунікації у формуванні та обмеженні обговорення питань.

Як медіа обрамляють дискусію та які запитання задають причасні до ЗМК, змінює результат обговорення та можливі висновки, які можуть зробити люди.

По-друге, ця теорія виникла, коли доступність та домінування ЗМК були набагато менш поширеними.

Теорія домінуючого класу

Ця теорія стверджує, що засоби масової комунікації відображають і проектує погляд еліти на меншини, яка контролює їх. Люди, які володіють корпораціями, що виробляють ЗМК, та контролюють їх, складають цю еліту. Прихильники цієї точки зору стосуються особливо масштабних корпоративних злиттів медіа-організацій, які обмежують конкуренцію та ставлять великий бізнес на кермо ЗМК – особливо новинних ЗМК. Їх турбує те, що коли власність обмежена, декілька людей мають можливість маніпулювати тим, що люди можуть бачити або чути. Наприклад, власники можуть легко уникати або замовчувати історії, що викривають неетичну корпоративну поведінку або притягувати корпорації до відповідальності за їх дії.

Питання про спонсорство додається до цієї проблеми. Мережі націлені на програми з якомога більшою аудиторією, оскільки чим ширше привабливість, тим більша потенційна аудиторія покупців і легший продаж ефірного часу рекламодавцям. Таким чином, новинні організації можуть уникати негативних історій про корпорації, які фінансують великі рекламні кампанії в своїх газетах або на своїх станціях. Телевізійні мережі, які отримували мільйони доларів реклами від таких компаній, як Nike та інших виробників текстилю, повільно запускали новини про можливі порушення прав людини цими компаніями в іноземних країнах. Спостерігачі за ЗМК виявляють ту саму проблему на місцевому рівні, де міські газети не даватимуть новим автомобілям поганих оглядів або писатимуть історії про продаж будинку без агента, оскільки більша частина їх фінансування надходить від реклами автомобілів та нерухомості. Цей вплив поширюється і

на програми та кіно.

Критики цієї теорії протистоять цим аргументам, кажучи, що місцевий контроль над засобами масової комунікації в значній мірі знаходиться поза межами досяжності великих корпоративних офісів в інших місцях, і що якість новин залежить від хороших журналістів. Вони стверджують, що ті, хто менш потужний і не контролює ЗМК, часто отримували повне висвітлення у ЗМК та подальшу підтримку.

Хоча більшість людей стверджує, що корпоративна еліта контролює ЗМК, варіація цього підходу стверджує, що політично «ліберальна» еліта контролює ЗМК. Вони вказують на той факт, що журналісти, будучи більш освіченими, ніж загальне населення, дотримуються більш ліберальних політичних поглядів, вважають себе «лівими від центру» і, швидше за все, реєструються як демократи. Далі вони вказують на приклади із самих ЗМК та статистичної реальності, що ЗМК частіше позначають консервативних коментаторів чи політиків як «консервативних», а лібералів як «ліберальних».

Мова медіа теж може бути показовою.

Культурологічна теорія

Культурологічна теорія, розроблена у 1980-х і 1990-х роках, поєднує в собі дві інші теорії і стверджує, що люди взаємодіють із засобами масової комунікації, створюючи власні значення з образів та повідомлень, які вони отримують. Ця теорія розглядає аудиторію як активну, а не пасивну щодо засобів масової комунікації. Один напрямок досліджень зосереджений на аудиторії та тому, як вони взаємодіють із медіа; інший напрямок досліджень зосереджений на тих, хто виробляє засоби масової комунікації, особливо новини.

Теоретики підкреслюють, що аудиторія вибирає, що слід дивитись, серед широкого набору варіантів, обирає, скільки дивитись, і може вибрати кнопку відключення звуку або пульт дистанційного керування. Дослідження засобів масової комунікації проводяться соціологами паралельно з читанням тексту

та дослідженнями інтерпретації, які проводять лінгвісти. Обидві групи дослідників виявляють, що коли люди підходять до матеріалу, будь то письмовий текст чи зображення та повідомлення в засобах масової комунікації, вони інтерпретують цей матеріал на основі власних знань та досвіду. Таким чином, коли дослідники просять різні групи пояснити значення певної пісні чи відео, групи виробляють різнобічні інтерпретації на основі віку, статі, раси, етнічної приналежності та релігійного походження. Тому теоретики-культурологи стверджують, що, хоча кілька еліт у великих корпораціях можуть здійснювати значний контроль над тим, що інформаційні засоби масової комунікації виробляють та розповсюджують, особиста перспектива відіграє більш потужну роль у тому, як аудиторія інтерпретує ці повідомлення.

Інформаційний тиск визначається тим, що при розширенні людських знань про себе та про світ, маючи прагнення в розумінні, якій позиції слід дотримуватися в тих чи інших соціальних питаннях, люди у великій мірі звертають увагу не на власний досвід, а на інформацію, надану оточуючими (Сміт, 2002). Іншими словами можна сказати, що в деякі моменти індивіди підкоряються не тільки через те, що бояться осуду суспільства, а через те, що без направляючого впливу інших учасників даного соціуму суспільство дійсно не знає, що думати, відчувати та робити. При цьому люди звертаються за підказкою до оточуючих і слідуєть їх прикладу. На даний момент суспільство живе в цивілізації, яка створена людьми і без них не піддається розумінню. Виходячи з цього, можна сказати, що використання досвіду оточуючих, з метою розширення знань в соціальних питаннях і про світ, в якому суспільство існує, в цілому сприяє адаптації в суспільстві.

Досягнення гендерної рівності неможливі без гендерного просвітництва та розвитку гендерної чутливості суспільної свідомості. Причина стійкості гендерних стереотипів в суспільстві криється в їх відтворенні в системі освіти на всіх рівнях (зміст курсів, підручників, ставлення вчителів і

викладачів), а також в трансляції традиційних патріархальних цінностей через ЗМК.

Через виховання, освіту і засоби масової комунікації суспільство передає від покоління до покоління уявлення про соціальні ролі, суспільні цінності і норми. Впровадження гендерного підходу в різні сфери освіти та ЗМК є основним інструментом у подоланні гендерних стереотипів. Дуже важливо, щоб система освіти та її інститути, такі як установи освіти, науково-дослідні центри і т. д., брали на себе коригування існуючих систем ієрархії, які суперечать принципам гендерної рівності.

Гендерна освіта має сформувати гендерну культуру суспільства, сприяти просуванню концепції гендерної рівності, тема якої (в історичному, соціологічному, політичному контексті) повинна бути включена в програми на всіх рівнях основної (шкільного, університетського і т. д.), додаткової та неформальної освіти, обговорюватися і транслюватися за допомогою мас-медіа.

Образ жінок та роль, яку жінки відіграють у ЗМК, дуже важливі, особливо під впливом існуючих соціальних та культурних норм, включаючи гендерні стереотипи.

У той час, коли переважають візуальні засоби спілкування, стереотипні зображення жінок і чоловіків, що розповсюджуються у ЗМК, можуть підірвати всі результати, які були досягнуті стосовно гендерної рівності.

Водночас засоби масової комунікації є джерелом влади та впливу; якщо вони можуть пропагувати соціальні цінності та формувати думки, то чому б не використовувати це задля сприяння досягненню гендерної рівності? ЗМК мають значний вплив на те, як сприймаються соціальні та культурні норми стосовно жінок і чоловіків. Ключовим фактором можуть бути гендерно нейтральні відображення жінок і чоловіків у сприянні зміцненню гендерної рівності, а також у попередженні та викоріненні гендерної дискримінації.

Особлива роль в досягненні гендерної рівності відводиться засобам масової комунікації як найбільш чутливому індикатору стану суспільства.

Аналіз друкованих та електронних ЗМК, а також рекламних матеріалів, що проводився в різний час, виявив парадоксальні тенденції: зростання патріархальних цінностей з одного боку, а з іншого – сексуалізація та комерціалізація жіночого образу в багатьох ЗМК.

Стереотипне зображення жінки й гендерних ролей особливо характерно для рекламної та комерційної інформації. Життя жінки в мас-медійному інформаційному просторі поляризоване і укладене між заміжжям, материнством, красою і сексуальністю. Дослідження також виявляють підвищений інтерес ЗМК до маргіналізації «жіночого» – жіночої злочинності, алкоголізму, проституції. Що ж стосується чоловіків, то медійний простір традиційно орієнтує їх на кар'єру, заробляння грошей, відмовляючи чоловікам в таких образах, як, наприклад, турботливий батько. Але ці тенденції з часом теж, на щастя, змінюються, і в цій дисертації буде описано дослідження, яке зможе це підтвердити.

Так як фемінітиви утворюються від слів чоловічого роду, то мова є також полем для певних смислових маніпуляцій і розставлення акцентів у матеріалах засобів масової комунікації.

Дуже часто жінка постає об'єктивованою, в деяких рекламах – навіть як «винагорода» за певні чоловічі дії. Також чоловік асоціюється з образом логічності та раціональності – і це все теж на основі стереотипного типу мислення.

В українському суспільстві (зазвичай під впливом традицій і літератури) жінку пов'язують з образом Берегині, а чоловіка – з образом Годувальника (цієї ж Берегині та взагалі його родини; і так, зазвичай ця умовна Берегиня – заміжня та має свого умовного Годувальника).

Жінки потрапляють до матеріалів засобів масової комунікації, як правило, лише тоді, коли стають жертвами нещасних випадків, насильства. У цих повідомленнях переважає пасивний стан дієслів, а також широко використовується лексика з негативною конотацією. Але зараз, сучасні ЗМК

проявляють все більше ініціативи висвітлювати успіхи жінок і висвітлювати рішення, які приймаються, наприклад, владою для покращення рівня життя як жінок, так і чоловіків (відштовхуючись від того, що ми всі – рівноправні люди й гендер не має визначати наше місце у суспільстві).

У сучасному світі змінилися соціальні ролі жінок і чоловіків, їх життєві плани, уявлення та пріоритети. Однак нові позитивні образи та моделі поведінки поки рідко знаходять відображення в ЗМК і рекламі. Однією з причин орієнтації на традиційні ролі чоловіків і жінок є недостатність гендерних знань у фахівців, що працюють у сфері масової комунікації. продовження трансляції гендерних стереотипів може стати серйозним бар'єром в реалізації гендерної політики та демократичних перетворень в країні. ЗМК повинні стати активними партнерами в справі формування гендерно-чутливої суспільної свідомості. Завдання сучасної журналістики полягає в тому, щоб уникати використання гендерних стереотипів, ламати віджилі стереотипи-анахронізми, осмислювати їх джерела, виробляти навички оцінки змісту та застосування гендерних стереотипів в журналістській творчості, а також вловлювати і запам'ятовувати те нове, що характеризує країну і епоху.

Створена в липні 2010 року, Структура Організації Об'єднаних Націй з питань гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок (UN Women) виступає за гендерну рівність як основоположний принцип соціального, економічного та культурного розвитку, а не тільки як невід'ємне право людини. Ця структура забезпечує сильний і гучний голос для жінок і дівчат на місцевому, регіональному та глобальному рівні, а також сприяє рівноправній участі жінок у всіх сферах життя, приділяючи особливу увагу 5 пріоритетним напрямкам:

- посилення лідируючої ролі та розширення участі жінок у житті суспільства;
- викорінення насильства відносно жінок;
- залучення жінок до участі в мирних процесах;

- розширення економічних можливостей жінок;
- включення гендерної рівності в якості центрального компонента в процесі планування та бюджетування національного розвитку.

ООН-Жінки здійснює координацію роботи з просування гендерної рівності в рамках всієї системи ООН, об'єднуючи ресурси та повноваження Організації Об'єднаних Націй, що підсилює акцент в роботі та її результати.

У квітні 2015 року UN Women опублікували новий флагманський звіт «Прогрес світових жінок 2015-2016» (UN Women, 2015). Звіт являє собою вражаюче чіткий опис стану жінок у світі, який розглядається крізь призму «підходу, що ґрунтується на правах людини до економічної політики»: тобто такого, який розглядає економіку не як самоціль, а як засіб покращити повсякденний досвід життя людей.

Три пріоритети, визначені для змін:

- трансформація роботи на користь жінок;
- вдосконалення соціальної політики;
- створення сприятливого макроекономічного середовища.

Вони залишили читача, задаючись питанням, наскільки доповідь «Порядок денний для дій» має відношення до уражених конфліктами держав, враховуючи, що вони часто не мають контролю над такими факторами.

Єдине посилання у звіті на конфлікт (конфлікт у розумінні політичному, а не психологічному) – це параграф «Обмеження щодо макроекономічної політики у постконфліктних умовах». Заявляючи, що «конфлікти підривають нормальне функціонування економік», автори припускають, що конфлікт є свого роду ненормальним «промахом» належного функціонування держави, і єдиним рішенням є відбудова ключових інститутів після конфлікту.

Який вплив має конфлікт на гендерну рівність?

У звіті «Прогрес світових жінок» вказується, що бідність і гендерна нерівність мають взаємозалежний ефект, як і конфлікти та бідність. Тому може виникнути спокуса припустити, що гендерна нерівність зростає під час конфліктів і, зокрема, в німських державах, у яких часто спостерігаються

спалахи насильства. Однак історія складна. Дійсно, є дані, які свідчать про те, що в деяких випадках конфлікт може позитивно вплинути на добробут домогосподарств та громад, наприклад, шляхом збільшення участі жінок у робочій силі (Джастіно, 2012).

Гендерні ролі та відносини змінюються в періоди конфліктів як на краще, так і на гірше. Звичайно, економіка війни часто виховує хижацьку поведінку недержавних суб'єктів, наприклад, введення захисних «податків». Це може мати непропорційно негативний вплив на жінок, які часто купують та продають товари на ринках. Однак ця неформальна економіка також може працювати на користь жінок, виступаючи джерелом робочих місць та засобів для існування домогосподарств. Звичайно, збільшення участі жінок у робочій силі не обов'язково означає більші можливості розширення можливостей; і це не завжди призводить до поліпшення переговорної сили. Будь-які здобутки часто виявляються непостійними, що свідчить про те, що збільшення участі є результатом тимчасової необхідності, а не постійної зміни гендерних норм.

Докази з уражених конфліктами та неміцних держав ускладнюють уявлення про економічне розширення можливостей жінок. Це означає, що посилена участь жінок у робочій силі не обов'язково може призвести до змін у тому, як люди думають про традиційні гендерні ролі. Крім того, враховуючи те, що жінкам іноді надається більша влада в умовах конфліктних економік, суб'єкти національної та міжнародної безпеки повинні забезпечити, щоб їхня мета «відтягнути населення від політичної економії, заснованої на насильстві», не мала негативних наслідків для розвитку, а саме позбавлення права голосу. Спроби контролювати та знищувати економіку війни можуть мати негативні наслідки для домогосподарств, які покладаються на них: і, як каже нам «Прогрес жінок у світі», жінки часто нестинуть на собі тягар впливу від імені своїх сімей.

Чому це важливо?

Постраждалі від конфлікту країни відстають у виконанні цілей розвитку тисячоліття. Після 2015 року проект цілей сталого розвитку зобов'язав би

світ «сприяти розвитку мирних та інклюзивних суспільств». Це похвальна мета. Однак, враховуючи «пастку конфлікту», в якій застрягли багато країн, і враховуючи дані, що свідчать про те, що гендерна нерівність збільшує ймовірність конфлікту, також важливо, щоб питання розвитку вирішувались у тих країнах, які залишаються неспокійними та нестабільними.

Успішні ініціативи щодо поліпшення гендерної рівності та зниження рівня бідності – на що вказується у звіті – можуть мати важливий ефект для вирішення інших структурних питань, що перебувають у конфлікті.

Ідея про те, що «підходи до розвитку можуть розширити можливості жінок у найнестійкіших умовах», не є новою, проте, схоже, вона не застосовується широко. Кількість ініціатив щодо довгострокового розвитку, що відбуваються в умовах тривалих конфліктів, залишається низькою, а стійкість все ще є зручним модним словом, а не реальністю. Однак для того, щоб ініціативи розвитку виконували свої обіцянки «нікого не залишати позаду», важливо, щоб проблеми, з якими стикаються постраждалі від конфлікту та немічні держави, не знаходились виключно у сфері безпеки. Сюди входять суперечки навколо гендеру.

Що можна зробити?

Дуже часто жіночий досвід конфлікту обговорюється лише в контексті сексуального та гендерного насильства, яке ігнорує більше структурних проблем нерівності та зміцнює образ жінок як сексуалізованих жертв. Застосування трьох ключових напрямків діяльності у звіті за 2015 рік «Прогрес жінок у світі» до конфліктних та немічних ситуацій може допомогти виправити це, якщо враховувати пояснювані нюанси:

- Трансформація роботи щодо прав жінок.

Програми роззброєння, демобілізації та реінтеграції під час конфлікту неодноразово стикалися з проблемами. У своїх підходах ці заходи повинні враховувати динаміку в цілих громадах, визнаючи, що конфлікт порушує гендерні стосунки. Отже, є можливість позитивно впливати на гендерні норми та розширювати можливості жінок. Більше того, державотворча

діяльність, яка спрямована на ослаблення недержавних збройних формувань шляхом націлювання на їх ринки, повинна гарантувати, що ці дії не матимуть ненавмисних негативних наслідків для жінок.

- Зробити роботу соціальної політики для жінок.

У німеччині країнах та країнах, що постраждали від конфлікту, держава часто не бажає та/або не може надавати послуги соціального забезпечення, а місцеві організації це роблять. Однак довголіття цих зовнішніх програм часто не гарантується, і вони, як правило, залишають місцеві можливості недостатньо вдосконаленими. Є кілька прикладів найкращої практики навколо цього; але потрібно більше. Також було показано, що безумовні грошові перекази посилюють контроль жінок за фінансами домогосподарств і можуть діяти як ефективний резерв для вразливих груп.

- Створення сприятливого глобального середовища для реалізації прав жінок.

Заклик UN Women створити «сприятливе глобальне середовище для реалізації прав жінок» похвальний, але також розмитий і потенційно непрацездатний. Але ідея створення цього глобального середовища є ключовою: як визнано у звіті, установи, які зараз працюють над розвитком, «посилують, а не пом'якшують гендерні упередження в макроекономічній політиці» (UN Women, 2015). Відсутня політична воля до змістовної зміни гендерної динаміки.

Щодо більш нещодавніх подій, 2020 рік видався складним для представників усіх гендерів і обох статей. Під впливом світового кризового стану суспільства можуть діяти дуже активно та непередбачувано, з бажанням змінювати суспільний устрій і погляди інших соціальних груп. Або хоча б заявляти про себе.

Внаслідок пандемії COVID-19 змінився (та буде змінюватись) звичний для всіх устрій і режим роботи. Що про це кажуть експерти на інтернет-сторінках ЗМК?

«Яке майбутнє гендерної рівності?»

Жінки вже й так виконували переважно низькооплачувану роботу. Коли ж спалахнула пандемія, їх частіше за чоловіків почали звільняти з роботи. За даними одного дослідження, у 1,8 рази частіше.

Це що стосується оплачуваної роботи. Крім того, оскільки мільярди людей тепер залишаються вдома, стрімко зросла потреба у неоплачуваній роботі – приготуванні їжі, прибиранні та догляді за дітьми. Жінки й раніше виконували приблизно три чверті цієї роботи; в часи пандемії цей розподіл ще більше «перекосився» (Мелінда Гейтс, співдиректорка Фонду Білла і Мелінди Гейтсів, 2020, BBC).

«Чи може робота з дому сприяти гендерній рівності?»

В опитуванні канадських чоловіків, які мають дітей, більшість відповіли, що з пандемією взяли на себе більше домашніх обов'язків і проводять більше часу зі своїми дітьми. Якщо організації дозволятимуть працювати віддалено і після завершення пандемії, більше жінок опиняться у рівних умовах з чоловіками (Жан-Ніколас Рейт, викладач організаційної поведінки, Університет Макгілла, 2020, BBC).

Якщо говорити про Україну, то зовсім недавно були зрушення стосовно декретної відпустки чоловіків на державному рівні (гендер – це не тільки про жінок, це варто пам'ятати!).

Право на батьківську відпустку передбачено в 22 з 28 країн Євросоюзу. Тривалість коливається від одного дня – в Італії та до 64 днів – у Словенії. Узаконити декрет для батьків вирішили й в Україні.

Верховна Рада прийняла в першому читанні законопроект №3695 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо забезпечення рівних можливостей матері і батька по догляду за дитиною» (ВРУ, 2020), який

однозначно дозволяє батькам, чоловікам, дідусям і бабусям йти в декрет.

Як наголошується в пояснювальній записці до документа, відповідно до Сімейного кодексу України, мати та батько мають рівні права та обов'язки щодо дитини, незалежно від того, чи знаходяться вони у шлюбі між собою. Але з іншого боку, в чинному законодавстві містяться норми, які закріплюють і посилюють гендерний дисбаланс. Йдеться про Кодекс законів про працю та Закону України «Про відпустки», які містять норми, що формально закріплюють право жінки та чоловіка на відпустку по догляду за дитиною. На практиці ж чоловіки стикаються з перешкодами в реалізації такого права.

Так, за ст. 18 Закону України «Про відпустки» та ст. 179 КЗпП України відпустка по догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку може бути використана повністю або частинами також батьком дитини, бабусею, дідом чи іншими родичами, які фактично доглядають за дитиною. Однак відповідно до частини 4 статті 20 Закону «Про відпустки», підставою для надання відпустки зазначеним вище особам є довідка з місця роботи матері дитини про те, що вона вийшла на роботу до закінчення терміну відпустки по догляду за дитиною, і що виплата їй допомоги по догляду за дитиною припинена.

Отже, право батька дитини, який може фактично доглядати за дитиною, на отримання такої відпустки може бути реалізовано виключно за умови надання відповідної довідки з місця роботи матері дитини. На практиці це призводить до того, що якщо мати дитини є самозайнятою особою або ФОП (а значить, не перебуває в трудових відносинах і не має права на будь-який вид відпустки), то батько обмежений у праві скористатися відпусткою по догляду за малюком.

Новим законопроектом пропонується забезпечити рівні можливості матері та батька по догляду за дитиною і поєднання трудової діяльності з сімейними обов'язками; усунути законодавчі прогалини, які обмежують права чоловіка на відпустку по догляду за дитиною; створити передумови для посилення

ролі батька в процесі виховання дітей та розвитку відповідального батьківства в Україні.

За оцінками Структури «ООН-Жінки» (<https://www.unaids.org/>), в усьому світі за останній рік 243 мільйони жінок і дівчат у віці 15-49 років зазнали сексуального та/або фізичного насильства з боку інтимного партнера. Опубліковані дані вказують на те, що рівень такого насильства збільшився в результаті обмежень, введених у зв'язку із загрозою поширення COVID-19. У Франції, до прикладу, кількість повідомлень про побутове насильство зросла на 30% з моменту початку ізоляції 17 березня, а в Аргентині число екстрених дзвінків про насильство в сім'ї збільшилося на 25% з моменту введення режиму обмежень 20 березня.

Час, який знадобиться, щоб подолати гендерний розрив, в 2019 році скоротився до 99,5 року. Хоча це і поліпшення в порівнянні з 2018 роком – тоді, за розрахунками, для подолання розриву знадобилося б 108 років – це все одно означає, що час, необхідний для досягнення рівності між чоловіками та жінками в сфері охорони здоров'я, освіти, роботи та політики все ще більший, ніж тривалість людського життя. Цей висновок зроблено в «Доповіді про гендерний розрив в світі 2020» Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ).

Світовий гендерний розрив в 2020 році (вся статистика взята з World Economic Forum. Global Gender Gap Report 2020):

Скандинавські країни продовжують залишатися лідерами в питаннях рівності статей. Ісландія (Індекс гендерної нерівності – 87,7%) залишається країною з найбільшою рівністю статей у світі, за нею йдуть Норвегія (2-е місце, 84,2%), Фінляндія (3-е місце, 83,2%) і Швеція (4-е місце, 82,0%). Верхня десятка також включає Нікарагуа (5-е місце, 80,4%), Нову Зеландію (6-е місце, 79,9%), Ірландію (7-е місце, 79,8%), Іспанію (8-е місце, 79,5%), Руанду (9-е місце, 79,1%) і Німеччину (10-е місце, 78,7%).

Серед країн, які продемонстрували найбільший прогрес протягом цього року, – Іспанія в Західній Європі, Ефіопія в Африці, Мексика в Латинській Америці та Грузія в Східній Європі і Центральній Азії. Ці країни поліпшили свої позиції в рейтингу більш ніж на 20 місць, в основному завдяки розширенню політичного представництва жінок.

Західна Європа – це найбільш успішний регіон вже 14 років поспіль. Маючи середнє значення індексу 76,7%, регіон на поточний момент подолав гендерний розрив на 77%, ще більше поліпшивши показник, опублікований в попередній доповіді. З огляду на поточні темпи, для подолання гендерного розриву Західній Європі знадобиться 54 роки. У регіоні знаходяться країни з найбільшою в світі рівністю статей, а саме в порядку зменшення: Ісландія (87,7%), Норвегія (84,2%), Фінляндія (83,2%) і Швеція (82,0%), а одна країна (Іспанія, 8-е місце) входить в число країн, що продемонстрували найбільший прогрес в цьому році.

Регіон Північна Америка включає США (72,4%, 53-е місце) і Канаду (77,2%, 19-е місце). Показники обох країн не ростуть, особливо в сфері економіки. При збереженні тенденції, для подолання розриву їм знадобиться 151 рік.

Регіон Східна Європа та Центральна Азія на даний момент подолав гендерний розрив на 71,5%, що трохи краще в порівнянні з минулим роком. Час, необхідний регіону для повного подолання загального гендерного розриву, становить 107 років. Регіон повністю усунув розрив в сфері освіти та демонструє розширення політичного представництва жінок, проте розрив в політиці все одно подоланий тільки на 15%. 21 з 26 країн в цьому регіоні мають показник не нижче 70%, а країна з найбільшим рейтингом (Латвія, 11-е місце) подолала розрив на 78,5%. Україна з усього списку (не по регіонах) піднялась на 59-е місце.

Латинська Америка і Карибський регіон на даний момент подолали гендерний розрив на 72,1%, що на один процентний пункт більше в порівнянні з минулим роком. При збереженні тенденції, для подолання

гендерного розриву регіону знадобиться 59 років. Найбільш помітний прогрес відбувається в сфері політичного представництва, де регіон скоротив розрив на 5 процентних пунктів. Список очолює Нікарагуа з показником 80,4% (5-е місце в світі). 15 з 24 країн регіону, розглянутих в доповіді, в цілому поліпшили свої показники. Серед країн з найбільшим прогресом – Мексика, яка скоротила гендерний розрив на 3,4 процентних пункту в річному вимірі.

Регіон на південь від Сахари подолав гендерний розрив на 68,0%. Це говорить про значний прогрес з моменту публікації останньої доповіді, який дозволив зменшити кількість років, необхідних для подолання гендерного розриву, що становить на даний момент 95 років. До регіону належить одна з країн першої десятки – Руанда (9-е місце), в той час як ще 21 країна поліпшила свої показники в порівнянні з минулим роком, включаючи Ефіопію (82-е місце) – країну, що продемонструвала один із найкращих в світі показників прогресу в цьому році.

Східна Азія та Тихоокеанський регіон подолали гендерний розрив в цілому на 69%. Якщо регіон збереже ті ж темпи прогресу, що і протягом 2006-2019 рр., то для подолання гендерного розриву регіону знадобиться ще 163 роки. Регіон поліпшив показники по трьом з чотирьох критеріїв гендерного розриву, але став єдиним, де збільшився розрив у сфері політичного представництва (на даний момент 16%). Країна з найкращими показниками – Нова Зеландія (6-е місце), яка подолала розрив на 79,9%. Після неї йдуть Філіппіни (16-е місце) з показником 78,1% і Лаоська Народно-Демократична Республіка (43-е місце) з показником 73,1%.

Регіон Південна Азія подолав гендерний розрив на 2/3. Гендерний розрив у регіоні є 2-м найбільшим в світі, незважаючи на його скорочення на 6 процентних пунктів за останні 14 років. Якщо темпи прогресу за останні 15 років збережуться, для подолання гендерного розриву регіону знадобиться 71 рік. Бангладеш (50-е місце) є лідером регіону, а другий в рейтингу – Непал – відстає на кілька позицій (101-е місце).

Регіон Середній Схід і Північна Африка (MENA) демонструє найменші значення індексу (61,1%), не дивлячись на скорочення розриву на 0,5 пункту в порівнянні з минулим роком. Якщо поточні темпи прогресу збережуться, для подолання розриву регіону MENA знадобиться приблизно 150 років. Дві країни з найбільшим рейтингом в регіоні – це Ізраїль (64-е місце) з показником подолання розриву 71,8% і Об'єднані Арабські Емірати (120-е місце) з показником 65,5%. 15 з 19 країн в цьому регіоні займають 130-е місце і нижче.

Отже, можна зробити декілька висновків:

- ЗМК продукують дискурси, а останні самі визначають, що, яким чином і чому буде в них перебувати, а що – ні. Дискурси ЗМК – це патріархальні дискурси. Це характерно як для нашої країни, так і для інших країн.
- Основними прийомами гендерно-коректної комунікації є наступні: включення в мас-медійний дискурс жіночого та чоловічого життєвих досвідів, поглядів, думок; виведення в поле суспільної видимості жінок і чоловіків різних соціальних верств, національностей, вікових груп; надання героям матеріалів можливості висловлюватися; систематичне звернення до експертів за коментарем або оцінкою, коректне їх цитування; виключення з ужитку гендерно-маркованих займенників для позначення осіб обох статей і стереотипізації гендерних ролей.
- Основні помилки у висвітленні гендерних проблем: ототожнення їх з «традиційним призначенням» жінок і чоловіків, пошук простих рішень.

Висвітлення гендерної тематики в засобах масової комунікації дозволяє спиратися на досвід повсякденного життя, використовувати численні інформаційні приводи, як «природні», так і спеціально сконструйовані, створювати різножанрові матеріали, вести постійні рубрики і колонки.

Що ж стосовно гендерної рівності, то ми спостерігаємо світову тенденцію покращення та урівноваження місць, які займають жінки та чоловіки у суспільстві, у всіх сферах: професійній, сімейній тощо.

РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ «ВИСВІТЛЕННЯ ГЕНДЕРУ ТА ГЕНДЕРНИХ КОНФЛІКТІВ У ЗМК» МЕТОДОМ КОНТЕНТ- АНАЛІЗУ

3.1 Програма дослідження

Контент-аналіз медіа – це аналізування фрагментів тексту та візуалу засобів масової комунікації з тенденцією до кількісних або якісних методів дослідження. Кількісні методи дослідження в рамках контент-аналізу ЗМК вказують на набагато більш структуровану, а також обмежену форму збору інформації із фрагментів ЗМК. Якісні методи передбачають перегляд матеріалу, а потім дослідження та обґрунтування аргументів стосовно висновків та наслідків усвідомлення цього матеріалу. Аналіз матеріалів ЗМК був запроваджений як систематичний метод вивчення засобів масової комунікації Гарольдом Лассуеллом (1927), першопочатково його вводили для вивчення дослідження пропаганди.

Сьогодні це допомагає визначати та розуміти сприйнятий матеріал, оцінюючи проблеми, повідомлення, критиків, ЗМК та журналістів.

Які переваги контент-аналізу?

Аналіз медіа-контенту приносить користь дослідженню за допомогою комбінованих методів. Деякий матеріал засобів масової комунікації можуть надавати соціологам корисні дані, щоб побачити, як суспільство реагує на ЗМК та як компанії використовують ЗМК для пропаганди споживацтва (або ж в нашому випадку – гендерної нерівності). Аналіз медіа-контенту може бути використаний для аналізу напрямків тих, хто продукує матеріал, та того, як вони намагаються поширити та нав'язати певні погляди. Аналіз медіа-контенту звертає увагу на комунікацію за допомогою текстів та візуального матеріалу, а отже, розглядається центральний аспект соціальної взаємодії. Це може спонукати як до кількісних, так і до якісних операцій. Контент-аналіз

може надавати цінну культурну або в історичній ретроспективі інформацію шляхом аналізу текстів. Контент-аналіз ЗМК дозволяє віднайти певні категорії та поняття, які можуть бути маніпулятивними, а також статистично аналізує задовану форму тексту. Він може бути використаний для інтерпретації текстів для таких цілей, як розвиток експертних систем (оскільки знання та правила можуть кодуватися як явні твердження про взаємозв'язок між поняттями). Аналіз медіа-контенту є ненав'язливим засобом аналізу взаємодій і забезпечує розуміння складних моделей людської думки та використання мови. Якщо все зроблено якісно (не в сенсі конкретно методу, а в сенсі результативності), це розглядається як відносно «точний» метод дослідження (заснований на вагомих фактах).

Які недоліки контент-аналізу?

Аналіз медіа-контенту в значній мірі спирається на інтерпретацію дослідників (Труман, 2015). Аналіз засобів масової комунікації також може не відповідати інтерпретації інших дослідників, оскільки мова йде про те, як ви обробляєте отриману інформацію. Існує припущення, що аудиторія є просто пасивним споживачем повідомлення, поданого ЗМК, і що не робиться спроб дослідити, як вони насправді інтерпретують текст, якщо це формат, в якому представлені ЗМК. Аналіз медіа-контенту може створити спотворений образ суспільства. Це може ввести суспільство в оману або негативно вплинути на соціалізацію, до прикладу, дітей. Аналіз медіа-контенту може зайняти надзвичайно багато часу, що зумовлює збільшення помилок (особливо коли реляційний аналіз використовується для досягнення більш високого рівня інтерпретації). Контент-аналіз часто позбавлений теоретичної бази або намагається занадто ліберально зробити значущі висновки про взаємозв'язки та наслідки, передбачені в дослідженні. Він за своєю суттю є редуційним (особливо коли йдеться про складні тексти), як правило, занадто часто, щоб просто складатися з підрахунку слів. Аналіз медіа-вмісту часто ігнорує передумови, на яких щось було створено.

Але спробуємо не губити контекст і зрозуміти, яким чином висвітлюються

гендер і гендерні конфлікти в одних з найпопулярніших серед українців інтернет-ресурсів, якими щодня користуються мільйони людей.

Об'єкт дослідження: гендер і гендерні конфлікти, висвітлені в статтях ЗМК.

Предмет дослідження: опубліковані статті за 2020 рік п'яти українських популярних новинних інтернет-ресурсів.

Мета дослідження: визначити, наскільки часто в українських ЗМК підіймається питання гендеру та гендерних конфліктів і якими категоріями та поняттями оперують автори.

Завдання дослідження:

- Провести якісний контент-аналіз новинних інтернет-ресурсів (як одного із видів засобів масової комунікації);
- Зробити семантичний аналіз обраних статей;
- Визначити ставлення журналістів і авторів обраних новинних інтернет-ресурсів до проблем гендеру та гендерних конфліктів як в Україні, так і у світі в цілому.

Гіпотези дослідження:

- При пошуку за ключовим словом «гендер» в одному з п'яти обраних новинних ресурсів точно буде знайдено до семи статей (не більше) за 2020 рік на дану тематику.
- Якщо в статті згадується гендерна проблематика, буде наголошено на тому, що місце жінки в суспільстві значно покращується відносно минулих років.
- Автори статей при написанні свого матеріалу проявляли більшу схильність до проблем жінок, аніж проблем чоловіків.
- За пошуковим словом «гендер» будуть видаватися статті, які зовсім не стосуються гендерної проблематики (але важливо розглянути, чому, якщо ця гіпотеза підтвердиться).

- Навіть у 2020 році публікуються статті, які акцентують увагу на традиційних цінностях (чоловік – годувальник родини, жінка – мати та домогосподарка).
- Хоч один новинний ресурс опублікував матеріал стосовно гендерних конфліктів.

Обґрунтування методу дослідження:

Для чого використовується контент-аналіз?

Дослідники використовують контент-аналіз, щоб дізнатись про цілі, повідомлення та наслідки занотованих думок і поглядів. Вони також можуть робити висновки про авторів і аудиторію текстів, які вони аналізують.

Контент-аналіз може бути використаний для якісних висновків, аналізуючи значення та семантичні відношення слів та понять.

Приклад якісного контент-аналізу:

Щоб отримати більш якісне розуміння питань зайнятості в політичних кампаніях, ви можете знайти слово «безробіття» у виступах, визначити, які інші слова чи фрази з'являються поруч із ним (наприклад, «економіка», «нерівність» або «лінь»), та проаналізувати значення цих відносин, щоб краще розуміти наміри та цілі різних кампаній.

Оскільки контент-аналіз можна застосовувати до широкого кола текстів, він використовується в різних галузях, включаючи маркетинг, медіа-дослідження, антропологію, когнітивну науку, психологію та багато соціальних дисциплін. Він має різні цілі:

- Пошук кореляцій та закономірностей у способі передачі понять;
- Розуміння намірів окремої людини, групи чи установи;
- Визначення пропаганди та упередженості у спілкуванні;
- Виявлення відмінностей у спілкуванні в різних контекстах.

Переваги контент-аналізу:

- Ненав'язливий збір даних.

Ви можете аналізувати матеріал і соціальну взаємодію без безпосередньої

участі респондентів, тому ваша присутність як дослідника не впливає на результати.

- Прозорість.

Якщо все зроблено добре, контент-аналіз дотримується систематичної процедури, яка може бути легко відтворена іншими дослідниками, даючи результати з високою надійністю.

- Гнучкість.

Ви можете проводити контент-аналіз в будь-який час, в будь-якому місці і за низькою ціною: все, що вам потрібно, це доступ до відповідних джерел.

Для того, щоб провести якісний аналіз, спочатку потрібно пояснити поняття, від яких будемо відштовхуватись при дослідженні статей і аргументуванні гіпотез.

«Гендерна проблематика» стосується питань гендерної нерівності в суспільстві;

«проявляти схильність» в даному контексті – наголошувати на більшій важливості проблем жінок, аніж чоловіків.

3.2 Аналіз результатів контент-аналітичного дослідження

Для проведення дослідження було обрано п'ять популярних українських новинних інтернет ресурсів:

1. Громадське (<https://hromadske.ua/>);
2. РБК-Україна (<https://www.rbc.ua/ukr/>);
3. Суспільне (<https://suspilne.media/>);
4. Українська правда (<https://www.pravda.com.ua/>);
5. УНІАН – Інформаційне агенство (<https://www.unian.ua/>).

Основними критеріями для відбору даних ресурсів були:

- ✓ Наявність можливості пошуку та навігації на сайті (за цим критерієм, до прикладу, «відпав» ресурс BBC-Україна);

- ✓ Показник «популярності» серед українців (ресурс має бути у статистиці 100 найпопулярніших новинних ресурсів в Україні), що може вказувати на постійну відвідуваність сайту та надійність серверів (сайт «не впаде» при сильному навантаженні);
- ✓ Ресурс має бути українського походження;
- ✓ Ресурс має містити хоча б одну статтю на гендерну тематику за 2020 рік.

Розберемось, з якою кількістю статей можна проводити аналіз (станом на 11.12.2020).

Громадське:

- максимальна кількість статей за 2020 рік після пошуку за словом «гендер» (з його наявністю при першому огляді статті): 20 статей (з 94 вибитих статей) - 21,3%;
- семантичне ядро статей на гендерну тематику: «гендерно-нейтральні», «жінки», «забезпечити», «трансгендеризм», «гендерна рівність», «домашнє насильство»;
- кількість статей, в яких говориться про гендерні конфлікти: 16 статей (17% від усієї кількості).

РБК-Україна:

- максимальна кількість статей за 2020 рік після пошуку за словом «гендер» (з його наявністю при першому огляді статті): 1 стаття (з 11 вибитих статей) - 9,1%;
- семантичне ядро статей на гендерну тематику: «стать», «скандал», «жінка».
- кількість статей, в яких говориться про гендерні конфлікти: 1 стаття (9,1% від усієї кількості).

Суспільне:

- максимальна кількість статей за 2020 рік після пошуку за словом «гендер» (з його наявністю при першому огляді статті): 5 статей (з 25 вибитих статей) - 20%;
- семантичне ядро статей на гендерну тематику: «наси́льство», «рівність», «стереотипи».
- кількість статей, в яких говориться про гендерні конфлікти: 1 стаття (4% від усієї кількості).

Важливо! Пошукова система даного сайту не може відрізнити слово «гендер» від слова «тендер», імен «Сандер», «Брендер».

Українська правда:

- максимальна кількість статей за 2020 рік після пошуку за словом «гендер» (з його наявністю при першому огляді статті): 0 статей (з 0 вибитих статей) - 0%; (уточнення: наявність 19 статей за весь період, 2006-2019 рр.);
- семантичне ядро статей на гендерну тематику: відсутнє;
- кількість статей, в яких говориться про гендерні конфлікти: 0 статей (0% від усієї кількості).

УНІАН – Інформаційне агенство:

- максимальна кількість статей за 2020 рік після пошуку за словом «гендер» (з його наявністю при першому огляді статті): 19 статей (з 131 вибитих статей) - 14,5%;
- семантичне ядро статей на гендерну тематику: «гендерно-нейтральні», «жінки», «рівність», «гендерна квота», «сексуальна освіта»;
- кількість статей, в яких говориться про гендерні конфлікти: 7 статей (5,3% від усієї кількості).

Далі розберемо отриману інформацію на більш смисловий матеріал і

зробимо висновки стосовно гіпотез.

Гіпотеза 1. «При пошуку за ключовим словом «гендер» в одному з п'яти обраних новинних ресурсів точно буде знайдено до семи статей (не більше) за 2020 рік на дану тематику»:

Так, гіпотеза підтверджена: «Українська правда» не показала жодного результату за 2020 рік. Це може вказувати на те, що гендерна тематика та гендерні конфлікти не вважаються за потрібне висвітлюватися редакцією цього новинного інтернет-ресурсу (або ж всі новини, які публікуються, спрямовані на іншу вузьку тематику).

Гіпотеза 2. «Якщо в статті згадується гендерна проблематика, буде наголошено на тому, що місце жінки в суспільстві значно покращується відносно минулих років»:

Ні, гіпотеза не підтверджена: достатньо джерел, які вказують на підтвердження даної гіпотези (стосовно гендерних квот або нових правил номінування на кіно-нагороду «Оскар»), але не можна заплющити очі на такі теми, як домашнє насильство, яке зросло із введенням карантинних обмежень у 2020 році і воно зазвичай націлене у бік жінок.

Гіпотеза 3. «Автори статей при написанні свого матеріалу проявляли більшу схильність до проблем жінок, ніж проблем чоловіків»:

Не можна зробити однозначний висновок. З одного боку, так, дійсно, частіше за все зустрічались статті про проблеми жінок і гендерної нерівності, тобто, про жінок пишуть частіше, але це може бути й по причині того, що і гендерна нерівність виражена нерівномірним розподілом прав і свобод відповідно до гендеру, де чоловіки все ще менш утиснені – тобто, дуже мало матеріалу на цю тему, щоб його опубліковувати.

Гіпотеза 4. «За пошуковим словом «гендер» будуть видаватися статті, які зовсім не стосуються гендерної проблематики (але важливо розглянути,

чому, якщо ця гіпотеза підтвердиться)»:

Так, гіпотеза підтверджена: одна з причин – некоректно врегульований механізм пошуку (наприклад, пошук включає схожі за написанням слова, як пошук «Суспільного»), інша – мінімальна дотичність до тематики (просто згадування слова «гендер» у статті, а не написання самої статті на дану тему).

Гіпотеза 5. «Навіть у 2020 році публікуються статті, які акцентують увагу на традиційних цінностях (чоловік – годувальник родини, жінка – мати та домогосподарка)»:

Ні, гіпотеза не підтверджена: статті мали зовсім протилежний характер, але, до прикладу, у 2019 році в «Українській правді» була опублікована стаття з такими словами: «треба прибрати з законів «гендер», щоб зберегти країну»; «будувати країну на вічних євангельських цінностях» (<https://www.pravda.com.ua/news/2019/03/1/7208079/>).

Гіпотеза 6. «Хоч один новинний ресурс опублікував матеріал стосовно гендерних конфліктів»:

Так, гіпотеза підтверджена: у відсотковому співвідношенні лідирує новинний інтернет-ресурс «Громадське» (17%), у кількісному – також «Громадське» (16 статей).

Отже, можна зробити висновок, що за даною вибіркою українські новинні інтернет-портали намагаються піднімати таку важливу та необхідну нашому суспільству гендерну проблематику. Дослідження на предмет висвітлення гендеру та гендерних конфліктів у засобах масової комунікації виявило, що не всі обрані новинні ресурси мають за мету (або/і можливість?) публікувати на своїх теренах матеріал, дослідження, анонси подій, зміни в законах, який стосується гендерної тематики. Більше того, вони зберігають тенденцію нейтрального інформування та, можна сказати, спостереження за тим, що відбувається у світі.

Ключові слова (семантичне ядро) статей допомагають з'ясувати, про що частіше пишуть ті чи інші новинні ресурси. До прикладу, «Громадське» частіше використовує «гендерно-нейтральні», «трансгендеризм», «домашнє насильство», що спонукає до двох думок: по-перше, це може бути показник саме меншої нейтральності (стосовно емоційності та обирання «тієї чи іншої сторони») відносно інших порталів, але по-друге, портал може висвітлювати ті теми, про які не ризикують писати інші новинні ресурси. Також очікувалось, що буде більше маніпулювань на цю тему.

Три з шести гіпотез даного дослідження підтвердились. Це означає, що обрана тематика потребує більше досліджень у майбутньому.

ВИСНОВКИ

В ході написання кваліфікаційної роботи були виявлені особливості такого соціального явища, як гендерний конфлікт.

Гендер як такий розглядається не тільки в гендерології, але і в психології особистості, соціальній психології, соціології та конфліктології. Психологія особистості визначає гендер як соціальний детермінант, за допомогою якого люди дають своє тлумачення понять «чоловік» і «жінка», або свою приналежність до тих чи до інших. Соціальна психологія розглядає формування гендеру як один із способів соціалізації індивіда. З точки зору конфліктології, гендер може виступати в різних категоріях:

- як одною з найчастіших причин конфліктів (всередині групи, міжособистісних),
- як одним із способів пристосування, так і одним із способів уникнення будь-яких конфліктних взаємодій (у разі, якщо представнику одного гендеру легше прийняти з приписані йому норми поведінки, ніж сперечатися).

Гендерна група – це певна спільність людей, які усвідомлюють себе чоловіками або жінками. До таких груп відносять і такі, в яких у учасників проглядається гендерна розмитість, гендерна дисфорія, до якої відносять невідповідність психологічної та природньої статі. Крім того, гендерний конфлікт – один із результатів взаємодії або сукупність внутрішніх відчуттів індивіда, які зумовлюють результат суперечливого ставлення до гендерних цінностей, ролей і відносин, які призводять до протиставлення цілей та інтересів.

Як і будь-який інший конфлікт, гендерний може бути особистісним, міжособистісним, між особистістю та групою, міжгруповим. Причиною гендерних конфліктів між особистістю та групою часто є небажання приймати групою індивіда з «відхиленням», на їхню думку, гендером. Коли мова йде про конфлікт міжгруповий, предметом якого є гендер, то в даному

випадку причинами також виступатимуть різні цінності та інтереси груп.

Усвідомлення власного гендеру – це невід’ємна частина соціалізації індивіда. Неправильний, в рамках певного суспільства, вибір гендеру може викликати певні конфлікти всередині себе та між особистостями. Люди роблять наголос на гендер в тому випадку, коли хочуть показати свою або чужу значимість, при цьому ця роль може бути як позитивною, так і негативною, що, в свою чергу, показує вплив гендеру на конфліктність суспільства.

Висвітлення гендерної тематики в засобах масової комунікації дозволяє спиратися на досвід повсякденного життя, використовувати численні інформаційні приводи, як «природні», так і спеціально сконструйовані, створювати різножанрові матеріали, вести постійні рубрики і колонки.

Що ж стосовно гендерної рівності, то ми спостерігаємо світову тенденцію покращення та урівноваження місць, які займають жінки та чоловіки у суспільстві, у всіх сферах: професійній, сімейній тощо.

В ході написання роботи було розкрито причини конфлікту, ними можуть бути: індивідуальні відмінності, культурні відмінності, зіткнення інтересів, соціальні зміни. Також описані позитивні функції конфлікту та його типізація.

Через дослідження наукових джерел були визначені такі поняття, як «гендерні ролі» та «гендерні стереотипи». Відповідно до рівнів аналізу гендерних відносин, розглянуто великі групи гендерних конфліктів, які викликані неузгодженістю традиційної статево-рольової поведінки та потребами особистості в зміні змісту запропонованих гендерних ролей: на макрорівні та мікрорівні (міжособистісні конфлікти). На рівні міжособистісних відносин гендерні конфлікти найбільш поширені в сімейній і професійній сферах. Дослідники, що займаються вивченням сімейних відносин, як правило, враховують такий значущий показник сімейного життя, як характер розподілу ролей між чоловіком і дружиною.

У нашій свідомості біологічна стать і соціальна роль жорстко пов'язані між собою. Відокремити одне від іншого складно. Однак це потрібно зробити, щоб змінити сьогоdnішній стан справ, коли одна соціальна група (жінки) зазвичай знаходиться в явно гіршому становищі, ніж інша (чоловіки).

Гендерна рівність – це вільний, свідомий вибір чоловіками та жінками своїх соціальних ролей незалежно від біологічної статі. Гендерна рівність – це рівний доступ жінок і чоловіків до різних ресурсів і рівноцінність «жіночих» і «чоловічих» професій, ролей в суспільстві; рівне ставлення суспільства до вкладу тих чи інших в економічний і демографічний розвиток.

Стратегія гендерної рівності вигідна обом статям: змінюючи в кращу сторону життя однієї статі, вона змінює і життя іншої статі, роблячи її більш гармонійною, здоровою, якісною.

Виділено декілька груп гендерних стереотипів: стереотипи маскуліності-фемініності – коли чоловікам і жінкам приписують конкретні соціально-психологічні якості та властивості особистості, стиль поведінки; стереотипи, пов'язані із закріпленням сімейних і професійних ролей відповідно до статі.

Розглянуто гендерні парадигми:

- есенціалістська – передбачає окремий жіночий світ, у якому жінки за своєю природою відрізняються від чоловіків. З цієї точки зору жінки за своєю природою настільки сильно відрізняються від чоловіків, що ми переживаємо іншу реальність;
- теорія соціальної побудови гендеру – розглядає гендер як створений під впливом суспільства та культури, що відрізняються залежно від часу та місця, а ролі, які очікує бачити суспільство, перетворюються на норму та очікування, за якими оцінюються представники цієї статі;
- теорія гендерної перформативності – Джудіт Батлер, ця теорія намагається пояснити буденний спосіб, яким «соціальні агенти складають соціальну реальність за допомогою мови, жестів та різного роду символічних соціальних знаків» (Батлер, 1988).

Зазначено, що існують фактори, які впливають на створення образу жінки або чоловіка у засобах масової комунікації, такі як: особистість журналіста (його/її погляди, вподобання, цінності, розуміння висвітленої проблеми), формат видання (редакційна політика), соціальні стереотипи (гендерні – в тому числі).

Виділено рівні, на яких сприймається інформація із ЗМК: на когнітивному та інтерактивному рівнях. На когнітивному рівні люди сприймають інформацію, пов'язану із наукою, природою – тобто, ту, яка нас оточує, і більшість сприймає її без зайвих запитань і сумнівів, тому тут можуть бути маніпулювання зі сторони суб'єктів, які контролюють ЗМК.

Інтерактивний рівень передбачає, що людина, отримавши певну інформацію, буде ідентифікувати себе з певною групою людей (за будь-якими характеристиками або властивостями) і це призведе до певної соціальної дії.

Гендерно-коректна комунікація – це прийоми та методи, які панують у суспільстві патріархальних дискурсів і заміна їх дискурсами зовсім іншої якості. Ці дискурси вимагають, по-перше, іншого підходу до фактури, через яку розкривається та чи інша тема/проблема.

По-друге, вони передбачають не тільки теоретичне розуміння мови як гендерно НЕ нейтрального конструкту та інструменту соціальної влади, але розвиток і використання навичок гендерно-коректного письма.

2020 рік скорегував нашу соціальну дійсність (враховуючи пандемію COVID-19), тому були розглянуті аспекти, які змунились у суспільному сприйнятті гендерних конфліктів і способів їх висвітлення у засобах масової комунікації.

Також були виділені перспективи гендерної рівності, враховуюючи результати дослідження індексу гендерного розриву.

Дослідження на предмет висвітлення гендеру та гендерних конфліктів у засобах масової комунікації виявило, що не всі обрані новинні ресурси мають за мету (або/і можливість?) публікувати на своїх теренах матеріал,

дослідження, анонси подій, зміни в законах, який стосується гендерної тематики. Більше того, вони зберігають тенденцію нейтрального інформування та, можна сказати, спостереження за тим, що відбувається у світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Воронина, О. А. (2001). Теория и методология гендерных исследований / О. А. Воронина. – М.: Классикпро.
- Гидденс, Э. (2009). *Социология* / Э. Гидденс. – М.: Эдиториал УРСС.
- Грін, Ерік. (1985-1986). *Альтернативне врегулювання корпоративних спорів*. Ohio State Journal on Dispute Resolution hio State Journal on Dispute Resolution, 1.
- Гумплович, Л. (2010). *Основы социологии: монография*. Под ред. В. М. Гессена. М.: Книжный дом «Либроком».
- Дарвин, Ч. (1935). *Происхождение видов*. Пер. К. А. Тимирязева под общ. ред. Н. И. Вавилова. М.; Л.
- Зиммель, Г. (2015). *Избранное. Проблемы социологии*. Перевод – Коллектив авторов. Доступно из: <https://mybook.ru/author/georg-zimmel/izbrannoe-problemy-sociologii/>
- Коломієць, Т. В. (2019). *Подолання гендерної асиметрії як механізм регулювання соціальних конфліктів українського суспільства*. ВІСНИК НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право. Випуск 3 (43). Доступно з: <http://visnyk-psp.kpi.ua/article/view/195641/195986>
- Кон, Игорь. (2012). Гендер и маскулинность, сыновья и отцы. Статья. Доступно из: http://jourssa.ru/sites/all/files/volumes/2012_1/Kon_2012_1.pdf
- Костенко, Н., Иванов, В. (2003). *Досвід контент-аналізу: Моделі та практики: Монографія*. К.: Центр вільної преси. Доступно з: <http://i-soc.com.ua/assets/files/book/kostenkoskokova/kostenko.pdf>
- Кузнецова, В. А. (2016). Г. Зиммель и З. Фрейд об истоках зарождения конфликта. *Juvenis Scientia*, №2. Санкт-Петербург.
- Кутусь, П. (2017). *Модерн(и): історії, теорії та практики. Соціологічна інтерпретація: монографія*. Херсон: Видавничий дім «Гельветика».
- Мальтус, Т. Р. (1895). *Опыт закона о народонаселении*. Перевод И. А. Вернера. Москва. Доступно из:

<http://www.demoscope.ru/weekly/knigi/maltus/maltus.html>

Маркс, Карл. (1983). *Капитал. Критика политической экономии*. Т. 1. Процесс производства капитала. – М.: Политиздат.

Мищенко, Л. В. (2012). *Индивидуальность подростков в рамках системного исследования с позиций пола и гендера* / Л. В. Мищенко. – St. Louis, Missouri, USA: PublishingHouse«Science&InnovationCenter».

Новая философская энциклопедия. (2010). В четырех томах. Ин-т философии РАН. Научно-ред. совет: В.С. Степин, А.А. Гусейнов, Г.Ю. Семигин. М., Мысль, т. III, Н – С.

Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо забезпечення рівних можливостей матері і батька по догляду за дитиною. (2020). Верховна Рада України. Доступно з: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=69204

Смит, М. Дж. (2002). *Убеждение и человеческое действие* / М.Дж. Смит. – Belmont, Калифорния: Уодсворт.

Тейлор, С. Е. (2001). *Категоризационный подход к стереотипам. Когнитивные процессы в стереотипизации и межгрупповом поведении* / С. Е. Тейлор. – Нью-Джерси: Erlbaum.

Унгер, Р. К., Кроуфорд, М. (2008). *Женщины и пол: феминистская психология* / Р. К. Унгер, М. Кроуфорд. – Нью-Йорк: McGraw-Hill.

Як коронавірус змінить нашу роботу – можливо, назавжди. (2020). BBC Worklife. Доступно з: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-54842038>

Butler, Judith. (1988). *Performative acts and gender constitution: an essay in phenomenology and feminist theory*. Theatre Journal. Johns Hopkins University Press.

Butler, Judith. (1986). *Sex and gender in Simone de Beauvoir's Second Sex*. Yale French Studies. Yale University Press.

Butler, J. (2004). *Undoing Gender* / J. Butler. – London: Routledge.

de Beauvoir, Simone. (2015). *The second sex*. London: Vintage Classic.

Eagly, A. H. (2009). *Gender and social influence: A social psychological*

analysis / A. H. Eagly. – Edinburg: American Psychologist.

Gallagher, M. et al. (2010). *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2010*. World Association for Christian Communication, London and Toronto.

Lasswell, G. D. (1971, first – 1927). *Propaganda Technique in the World War*. MIT Press.

Northrup, Terrell A., and Segall, Marshall H. (2006). *Subjective Vulnerability: The Role of Disempowerment in the Utilization of Mediation Services by Women in a Northeastern Town of the United States*. Inter-university Consortium for Political and Social Research [distributor], 2006-03-30.

Ottawa: Health Canada's gender-based analysis policy. (2000). Health Canada. p. 14. [Google Scholar]

Patricia, Justino. (2012). *Women Working for Recovery: The Impact of Female Employment on Family and Community Welfare after Conflict*. UN Women.

Progress Of The World's Women. (2015-2016). UN Women. Available from: <https://progress.unwomen.org/>

Trueman, C. N. (2015). *Media Content Analysis*. The History Learning Site. Available from: <https://www.historylearningsite.co.uk/>

Watson, C. (2016). *A Critical Feminist Perspective on Leadership Excellence and Gender*. Paper presented at Closing the Gender Gap: Advancing Leadership and Organizations.

World Bank. (2012). 'Overview' in *World Development Report 2012: Gender Equality and Development*. World Bank, Washington DC

World Economic Forum. (2019). *Global Gender Gap Report 2020*. Available from: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2020/>